

SEGREDO DO SUCESSO



www.segredodosucesso.com.br

Edição 7 | Ano 2

R\$ 8.90

SOCIEDADE, INFORMAÇÃO E NEGÓCIOS

Das pistas para o escritório

Saiba por que o ex-piloto André Ribeiro decidiu deixar uma carreira vitoriosa nas pistas para arriscar-se na vida de empresário

Governança Corporativa

Entenda como esta prática revolucionou o mundo corporativo e como pode agregar valor a seu negócio

História de sucesso

Descubra por que a Hertz Brasil é líder num segmento que cresce 10% ao ano

RICARDO BELLINO

O embaixador de idéias globais

Conheça a trajetória do brasileiro que conquistou Donald Trump em apenas três minutos



O embaixador de idéias globais

Por Bruno Mendonça e Fernanda Rocha

T

er boas idéias sempre foi uma das principais características que definem um bom empreendedor. No entanto, mais importante do que ter a idéia é colocá-la em prática. O empreendedor que consegue unir essas duas habilidades e ainda desenvolve a capacidade de delegar tarefas e formar uma equipe comprometida com resultados, está fadado ao absoluto sucesso. Nosso personagem desta edição detém este dom.

Ainda na década de 80, o perfil de homem de boas idéias e de exímio articulador de novos negócios começava a se delinear. Ricardo Bellino, à época com apenas 21 anos, sem dinheiro e nenhuma experiência profissional, enfrentou e venceu o desafio de implantar no Brasil o que seria até então impossível: abrir uma filial da Elite Models - a maior agência de modelos do mundo.

Foi a partir desta concretização que o executivo tornou-se especialista em transformar idéias em negócios de sucesso. Depois de várias empreitadas bem sucedidas - como a versão brasileira da campanha beneficente “O Câncer da Mama no Alvo da Moda” -, Bellino tornou-se o primeiro sócio brasileiro do “papa dos negócios” Donald Trump, que, em apenas três minutos, comprou a idéia de construir o Villa Trump no Brasil, maior complexo imobiliário de golfe da América Latina.

“É interessante notar que, quando me deu três minutos, Trump estava de mau-humor e sua intenção era fazer com que eu desistisse e fosse embora. Mas mesmo em uma situação como essa, consegui surpreender as expectativas dele. Para resumir a história, acabamos nos tornando sócios e amigos”, conta o empresário brasileiro.

Dessa forma, Ricardo Bellino firmou-se como um dos mais ousados e inovadores dealmakers do país. “Eu sou um ‘viewmaker’ como o Donald Trump me denominou, sou a pessoa que junta as peças do quebra-cabeça e faz as coisas acontecer”, diz ele. Porém, a sua lista de negócios de sucesso não para por aí. Em 2005, o executivo criou o Instituto do Empreendedor (Inemp) e, atualmente, tem um programa semanal na Bandnews FM chamado “Empreenda, com Ricardo Bellino”, uma coluna na Gazeta Mercantil e já escreveu quatro livros, além de dar palestras em todo o Brasil.

Com toda a sua expertise, Bellino define o empreendedor como um visionário, aquele que “tem a cabeça no céu, mas os pés na terra”. Segundo ele, o empreendedor deve combinar audácia, criatividade, visão e agressividade, tudo com bom senso e responsabilidade, mas também, deve contar com um

grupo de pessoas para auxiliar na conquista da sua idéia. “Ou seja, o empreendedor é responsável não apenas por seu negócio e por sua credibilidade como também pelas carreiras e sonhos de todos que o ajudam, de todos os que embarcam com ele na missão de realizar essa sua grande visão”, complementa.

Confira a entrevista concedida a **Segredo do Sucesso**, nas instalações do Hotel Fasano, em São Paulo.

Segredo do Sucesso - Conte-nos sobre sua primeira façanha no mundo dos negócios. O que fez para abrir uma agência Elite Models no Brasil?

Ricardo Bellino - Eu já havia tido muitas experiências de trabalho e de projetos. E, naquele momento, tive um insight, e com ele a coragem para acreditar que poderia vencer todas as barreiras. Primeiro a econômica, porque eu não tinha um tostão. Depois a cultural, pois eu não falava inglês, e também a barreira geográfica, por conta da distância que eu teria que percorrer para viver aquela aventura de atravessar o Atlântico. Li sobre John Casablancas, o fundador da Elite, num artigo de uma revista francesa. Então pensei: ‘Por que não tentar abrir no Brasil uma filial da maior agência de modelos do mundo? A pior coisa que poderia acontecer era ouvir um ‘não’, e isso não me assustava. Meu desafio era mudar paradigmas, despertar a atenção do Casablancas para que pudesse expor minha visão de mercado.

SS - Como foi seu primeiro encontro com John Casablancas?

RB - Tive que fazer meia dúzia de viagens como courier até ter a oportunidade de me encontrar com ele pessoalmente. Eu sempre era recebido pelo irmão dele, que era o responsável pelas franquias e novos mercados. Como eu não era um investidor e não tinha condições de comprar nenhuma franquia, precisava contar para ele qual era minha visão para que pudesse receber um voto de confiança. Até que um dia, na iminência de me colocar porta afora, ele chamou o irmão para ver se me dava uma solução definitiva. A conversa foi excelente e muito direta. John Casablancas me perguntou o que eu queria. Respondi: “Olha, eu venho para Nova York como courier, fico hospedado na 47 Street, intercalo minhas refeições entre Mc’Donalds e comida chinesa porque tenho um sonho e acredito que pode dar certo. Não adianta me oferecer nada, pois não tenho condições de comprar. Mas tenho agressividade e eloquência suficientes para voltar ao Brasil com a missão de transformar esse negócio em sucesso. Ele fi-

cou muito curioso, mas considerou a conversa meio maluca. Então disse que me daria uma carta de referência para que eu pudesse iniciar os contatos no Brasil. Essa carta não foi feita no dia seguinte, conforme havia me prometido. Levou seis meses para acontecer.

SS - Sua trajetória é marcada pelo encontro com o mega-empresário Donald Trump. Conte-nos como foi este encontro.

RB - Ele concordou em me receber em virtude de uma carta que John Casablancas escreveu me apresentando como grande amigo e parceiro de negócios. Alguns dias depois, Trump me telefonou convidando para uma reunião com ele em Nova York. Quando cheguei, ouvi textualmente a frase: “Você tem três minutos para me vender sua idéia”. Saí de lá com o negócio fechado, e foi assim que começamos a construir a Villa Trump, que será o maior condomínio de golfe do Brasil. É interessante notar que, quando me deu três minutos, Trump estava de mau-humor e sua intenção era fazer com que eu desistisse e fosse embora. Mas mesmo em uma situação como essa, consegui reverter as expectativas dele e surpreendê-lo. Para resumir a história, acabamos nos tornando sócios e amigos.

SS - O que é exatamente a Villa Trump?

RB - É um grande complexo imobiliário com um campo de golfe assinado por Jack Niklaus, considerado o golfista do século. São 8.5 milhões de metros quadrados em Itatiba, no interior de São Paulo, que irá oferecer uma estrutura de lazer, conforto, serviços e segurança sem igual no Brasil. É um projeto de altíssimo padrão que será um marco na área dos empreendimentos imobiliários. Essa é a primeira iniciativa da marca Trump na América Latina.

SS - Todo empreendedor tem dificuldade de delegar tarefas ou mesmo se desfazer de um negócio. Você parece ter uma visão diferenciada em relação a isso. Por que esse desapego aos projetos que você mesmo criou?

RB - Meu perfil é o de um dealmaker. Isso significa que meu

Aprender com os erros
significa ter humildade
para reconhecer que errou.

negócio é criar novos negócios: ter a idéia, torná-la viável, reunir os investidores e criar todas as condições necessárias para que a idéia funcione e se transforme em um empreendimento de sucesso. Depois de fazer tudo isso, não vejo mais necessidade de continuar no negócio. E, realmente, não tenho apego. É um grande orgulho para mim ver que os negócios que nasceram de minhas idéias continuam prosperando e dando frutos.

SS - O que é preciso fazer para se vender uma grande idéia?

RB - Para vender uma idéia o empreendedor tem que ser ético, transparente e objetivo, porque as pessoas não têm tempo a perder e sua atenção flutua rapidamente. Quando você conversa com alguém que não conhece, essa pessoa está abrindo um espaço na janela dela, e esse espaço é relativamente curto. O segredo é causar uma boa impressão e transmitir uma mensagem clara para que a outra pessoa entenda. Não quero dizer que você tenha que ser rápido. A velocidade não quer dizer nada. Tem que ser objetivo e ir direto ao ponto. Sua idéia pode ser maravilhosa, mas tem que se encaixar no contexto da outra pessoa. Elas compram as idéias que atendem aos seus interesses e preferências. Antes de qualquer coisa, o investidor não compra sua idéia para satisfazer o seu ego. Ele compra para satisfazer o ego dele.

SS - O que é mais difícil: ter uma idéia ou executá-la?

RB - Ter idéias todo mundo tem. Agora, acreditar que se pode transformar aquilo em algo concreto é o maior desafio e o que faz a diferença. Uma grande parte das pessoas desiste já na idéia. Vê que é algo grande e imagina que é impossível e não se sente capaz de fazer e desiste. Tem outro grupo que acredita um pouco mais, mas na primeira negativa que ouve encontra um conforto e desiste também. Deixam-se levar por terceiros.

SS - Você identifica possibilidades e tece uma grande rede de parcerias. Isso deveria ser uma habilidade a ser desenvolvida pelo empreendedor?

RB - Antes de tudo, o empreendedor é um visionário. Aí cabem parênteses, pois existe uma grande diferença entre o visionário e o mitômano, que merece uma referência do próprio Aurélio. O mitômano vive de quimeras, é um mentiroso que acredita na própria mentira. E as motivações dele não têm nada a ver com a viabilidade, com a verdade, mas sim com a fantasia que ele próprio cria na sua mente. Ele acredita nisso com



É preciso fazer com que as pessoas sintam o desejo de participar dos seus sonhos.

tanta convicção que acaba tentando colocar em torno dele um grupo de pessoas que fica gravitando ao redor da mesma ilusão. O visionário, ao contrário, tem fundamentos, busca tornar tangível sua idéia. Ele tem a cabeça no céu, mas os pés na terra. O empreendedor legítimo deve combinar audácia, criatividade, visão e agressividade – tudo com bom senso e responsabilidade. E para que sua idéia dê certo ele precisa contar com uma rede de pessoas que participarão do projeto com diferentes graus de comprometimento. Muitas vezes elas mudam o rumo de suas vidas para poder apostar na sua idéia. Ou seja, o empreendedor é responsável não apenas por seu negócio e por sua credibilidade como também pelas carreiras e sonhos de todos que o ajudam, de todos os que embarcam com ele na missão de realizar essa sua grande visão.

SS - Para qual projeto você está dedicando seu tempo atualmente?

RB - Meu novo empreendimento é o Casas Brasileiras. Trata-se de uma rede de lojas nos EUA que permitirá aos emigrantes comprarem eletrodomésticos, casas e carros para os seus familiares que estão no Brasil. Serão no total 10 lojas, que receberão um investimento de US\$ 15 milhões.

SS - Fala-se que o fracasso é o indicio de que o sucesso está próximo. Como você lida com os insucessos e o que recomenda como comportamento ideal para o empreendedor que está nessa situação?

RB - Passei por vários, afinal, para acertar é preciso tentar, e tentar implica correr riscos. Esse processo de tentativa e erro é fundamental. Passar por dificuldades e não se deixar deprimir é a grande questão que deve servir de motivação para o crescimento. Mas isso só acontece quando nos dispomos a aprender com nossos erros. Aprender com os erros significa ter humildade para reconhecer que errou e ter auto-estima suficiente para não cair na auto-piedade e no desespero estéril. É só assim que conseguimos dar a volta por cima.