

EMPREENDA Nº 100

DIVULGAÇÃO

Empreender é fazer história

Quando alguém faz algo de maneira emocionante e diferente, já ganha o direito de servir de inspiração para as próximas gerações. Entenda o conceito que move a humanidade criativa

MARCELLO D'ANGELO
WASHINGTON

As raízes mais remotas do termo "Empreendedor" são encontradas na França. Entrepreneur, uma das poucas palavras utilizadas sem nenhuma diferença em inglês, era o termo que designava, no longínquo século XVII, as pessoas ousadas que estimulavam o progresso econômico, mediante novas e melhores formas de agir. Grandes nomes da filosofia como Joseph Schumpeter ou gurus do estudo dos negócios como Peter Drucker ajudaram a consolidar esse entendimento, mas até hoje não se inventou qualificação melhor. Em-

preender é antes de tudo um sentimento. O sentimento de querer alguma coisa de uma forma melhor. Mais eficiente, mais prático, mais prazeroso, mais barato, enfim são desejos certamente encontrados no âmago da atitude de um empreendedor. Na origem de uma poderosa rede de lojas de varejo nos Estados Unidos, uma instituição bancária da Inglaterra, uma montadora de carros no Japão, um pequeno restaurante no interior da Itália ou uma escola de formação profissional no Brasil, os fundadores dedicaram tempo e esforço para atingir pelo menos um desses objetivos. A compensação econô-

mica é uma consequência comum nestas trajetórias, mas não o fim em si mesmo. Essas tarefas estão associadas quase sempre à capacidade de liderança, criatividade, persistência e coragem de assumir riscos. Assim são superados os obstáculos. O empreendedorismo deve ser uma das atividades mais opostas a qualquer forma de preconceito da civilização. Não há como avançar sem respeitar credos, religiões, etnias, gêneros, idades, ideologias e, sobretudo necessidades. Mas da mesma forma não se pode deixar intimidar. Alguns nomes que ilustram esta edição são empreendedores históricos, pioneiros que nos séculos 19 e 20 desbravaram fronteiras e lançaram as bases de negócios muito bem sucedidos. Se muitos nasceram aqui, outros fizeram do Brasil sua segunda pátria. O empreendedorismo

não tem bandeira ou fronteira. Nesta lista há criadores de grandes conglomerados, bem como aqueles que se destacam como intraprenevedores – ou seja, não fundaram empresas, mas as fizeram crescer. E há também um tipo muito especial de empreendedor, que dedica todo o seu talento e visão não para empreendimentos comerciais, mas para causas sociais. Mas todos já deixaram contribuição relevante para o futuro.

Segundo um estudo do Global Entrepreneurship Monitor, baseado em pesquisas da London Business School realizadas no Canadá, França, Reino Unido, Alemanha, Itália, Japão, EUA, Dinamarca, Finlândia e Israel, o Empreendedorismo é o principal fator promotor do desenvolvimento econômico de um país. Essa verdadeira revolução que o conceito de

empreender carrega com seus aspectos de inovação é a nova grande ênfase da esmagadora maioria das escolas de administração, negócios e marketing do Estados Unidos, onde a disciplina já é praticamente obrigatória em todos os currículos. A Gazeta Mercantil ciente de seu papel de motor do empreendedorismo por meio da divulgação de informações relevantes à iniciativa produtiva e voltada ao desenvolvimento social nacional escolheu também a promoção da educação como suas duas principais bandeiras de atuação. A coluna Empreenda, assinada por Ricardo Bellino, que chega ao número 100, é mais um marco importante deste esforço. Neste espaço desfilaram empreendedores que fizeram – e que fazem – a história do Brasil, reunindo diferentes perfis que se projetaram

nas mais diferentes áreas de atuação. Mas todas essas pessoas têm em comum a capacidade de transformar idéias em negócios e sonhos em empreendimentos de sucesso. Ao fazerem isso, mudaram ou mudam a realidade para melhor. O grande escritor e dramaturgo irlandês George Bernard Shaw, assinou uma das mais robustas coleções de obras literárias da história, e décadas antes de Warren Buffett, o maior ícone do empreendedorismo da atualidade, consagrou o que pode ser o decálogo definitivo: "Alguns homens vêem as coisas como são, e perguntam: Por quê? Eu sonho com as coisas que nunca existiram e pergunto: "Por que não?". Warren Buffett, Ricardo Bellino e muitos outros felizmente encaram a vida da mesma forma. Vire a página e inspire-se você também.

METAS

Você está preparado para ganhar?

Algumas pessoas nascem com “estômago” para engolir até pedra

JORGE MATTOS
SÃO PAULO

Por que tantas pessoas não conseguem ter sucesso no seu próprio negócio? Por que para muitos o sucesso financeiro chega, mas algumas vezes não vem acompanhado pela felicidade profissional? Por que algumas pessoas freqüentemente realizam seu trabalho sob extrema pressão e total ausência de prazer? Certas atividades podem ser mais estressantes do que outras?

São muitas as perguntas que envolvem as diversas atividades humanas e, em especial, a do empreendedor. No dia-a-dia é muito comum ouvirmos que “para ser empreendedor, é necessário ter estômago”. É verdade! As condições adversas pelas quais passam os empreendedores são muitas e freqüentes. No entanto, há pessoas que nascem com um tipo de “estômago” capaz de digerir sopa de pedra, como por exemplo, Ricardo Bellino, que parece fazê-lo com muito prazer.

Bellino representa uma pequena fração da sociedade — que, pelas pesquisas da HLCA não ultrapassa 2% da população —, cujas características comportamentais são adequadas para viver no mundo das adversidades do empreendedorismo. Isso mesmo, 98% da população não têm as condições naturais para superar os obstáculos impostos ao empreendedor. Imagine-se na seguinte situação: você criou a oportunidade de estar com Donald Trump e, no exato momento em que chegou para a tão sonhada reunião, ele se vira para você e diz: “Você tem três minutos para vender a sua idéia”.

Essa foi a experiência vivida por Bellino, e que ele conta em seu livro “Três Minutos Para o Sucesso”, cuja versão para o inglês acaba de ser lançada nos EUA.

Situações como essa fazem parte da vida dos empreendedores. É necessário que eles tenham uma capacidade ilimitada de se adaptar às mudanças e que saibam correr riscos. No mundo dos negócios, saber adaptar-se às mudanças é mais importante do que ser forte? A experiência da HLCA,



especializada na identificação de perfis comportamentais, nos indica que sim. O melhor empreendedor é aquele que se adapta aos diversos momentos de crescimento da empresa. Qual o perfil ideal para alguém que vai iniciar um negócio de alta tecnologia, em um mercado estabelecido, onde o fator diferencial é o detalhe e a precisão? E se for um negócio no qual é necessário criar um nicho de mercado e persuadir pessoas a comprar algo de que não necessariamente precisam?

Os resultados obtidos pela HLCA demonstram que cada função tem um perfil de acordo com o qual as pessoas tendem a ter mais sucesso. Entre os empreendedores, normalmente é encontrado o seguinte perfil: assertivo e capaz de comunicar-se com os outros de forma direta; busca incessantemente resultados concretos; normalmente está preparado para encontrar oposição e resistência às suas idéias, bem como para pressionar os outros, quando prazos tiverem de ser cumpridos. Seu ambiente ideal de trabalho é aquele em que há muitas varia-

des e mudanças, e no qual ele possa ter amplitude de ação. O empreendedor também possui uma abordagem amistosa, assim como a capacidade de influenciar e persuadir os outros. Possui uma visão de futuro positiva e estimulante. Como poucos, não perde nenhuma oportunidade.

Normalmente são pessoas com iniciativa, competitivas, imaginativas, entusiásticas, autoconfiantes, persistentes, motivadas, inspiradoras, independentes, arrojadas e com fácil tomada de decisão.

Por outro lado, se você está empreendendo, o primeiro passo é saber qual é o seu perfil e o quanto — e em que intensidade — as características acima têm a ver com você. Se faltarem algumas delas é melhor você desenvolvê-las e ou escolher um sócio que o complementa.

Importante ressaltar que não existe perfil bom ou ruim. O que existe é um grau de adequação ou de inadequação a determinada atividade. Se a pessoa não tem a marca do empreendedor, isso não significa que não possa

ser um empresário de sucesso.

Mas, certamente, terá de se preparar para isso ou deixar para um sócio a função de “superar os obstáculos”.

Quem lidera uma empresa deve ser capaz de: estruturar e manter equipes de trabalho, respondendo pela contratação, motivação, desenvolvimento e demissão dos empregados. Além disso, relacionar-se com facilidade com os clientes, o que influi no fechamento de negócios. Existe a busca incansável dos resultados para a empresa e satisfação para o cliente. É primordial identificar nichos e oportunidades para produtos e serviços. As decisões tomadas precisam funcionar. É preciso também ser dinâmico, ágil e criativo. Ser dotado de visão generalista, mas sem perder o foco no negócio.

Respostas

Se você não possui esses predicados, busque um sócio para complementá-lo. No entanto, um sócio errado poderá levá-lo a perder tempo, desviar seu foco do negócio, desmotivar sua equipe,

perder clientes e oportunidades, diminuir a produtividade e uma série de outros problemas. Portanto, é preciso cuidado!

Se há qualidades no perfil do empreendedor típico, há também comportamentos, como a falta de paciência e a tendência a assumir riscos excessivos, que podem levá-lo a desconsiderar detalhes importantes. Nesse caso, o sócio ou colaborador adequado é aquele capaz de ajudar o empreendedor.

É importante pesar os prós e os contras. Com isso, é necessário

calcular os riscos; ser cuidadoso; pensar bem antes de tomar decisões; reconhecer as necessidades dos outros; e contribuir para a estabilidade do ambiente

Bem, essas são algumas questões relativas à atividade do empreendedor. Para ter a certeza de que você pode estar preparado para o mundo dos negócios, procure fazer um teste que o ajudará a estabelecer o seu perfil e a compará-lo como perfil do empreendedor.

* Jorge Mattos é diretor da HLCA e professor da FGV.

Coach, um suporte para investir

REDAÇÃO | SÃO PAULO

Cresce a necessidade de apoio na hora de investir. Empreendedores e investidores buscam suporte por meio do sistema de coach. O sistema de franchising no Brasil cresce a cada ano, como consequência mais pessoas o procuram como um meio seguro de investir e iniciar seu próprio negócio. Porém, para iniciar neste sistema muitas ve-

zes se faz necessária a orientação de um coach, ou seja, um profissional com formação neste novo processo para desenvolver e aprimorar competências.

Cria-se um relacionamento no qual uma pessoa se compromete a apoiar a outra para que determinados objetivos e resultados sejam alcançados por meio de decisões conscientes e compatíveis.

ESTRATÉGIA

Homens que mudaram a história com a concretização de seus sonhos

RICARDO BELLINO
ESPECIAL DE NOVA YORK

“Empreendedor é o inovador, o grande estrategista, o criador de novos métodos para penetrar em diferentes mercados ou para criá-los; é a personalidade criativa; sempre lidando melhor com o desconhecido, perscrutando o futuro, transformando possibilidades em probabilidades e caos em harmonia”.

Com estas palavras do escritor, consultor e palestrante americano Michael Gerber constituem uma perfeita introdução para os 100 nomes que você verá a seguir — e que marcam a publicação de minha centésima coluna na Gazeta Mercantil. Alguns deles são empreendedores históricos, pioneiros que nos séculos XIX e XX desbravaram fronteiras e lançaram as bases do empreendedorismo no país. Outros representam o presente e o futuro de um país empreendedor, o Brasil. Muitos nasceram aqui. Outros fizeram de nossa nação sua segunda pátria e construíram em terras brasileiras suas trajetórias de sucesso. Há na lista criadores de grandes conglomerados, bem como aqueles que se destacam como intra-empresários — ou seja, não fundaram empresas, mas as fizeram crescer. E há tam-



bém um tipo muito especial de empreendedor, que dedica todo o seu talento e visão não para empreendimentos comerciais, mas para causas sociais.

A lista dos 100 empreendedores que fizeram — e que fazem — a história do Brasil reúne pessoas com diferentes perfis e que se projetaram em inúmeras áreas de atuação. Porém, nesse universo uma coisa

todos têm em comum: são realizadores capazes de transformar grandes idéias em grandes negócios.

Além do mais, os sonhos de empreendimentos de sucesso.

Além do mais, os sonhos de empreendimentos de sucesso.

Além do mais, os sonhos de empreendimentos de sucesso.

INOVAÇÃO

Instituto vai formar novos empresários

RICARDO BELLINO
ESPECIAL DE NOVA YORK

Muito se tem falado na necessidade de investir na educação, de incentivar o empreendedorismo e de auxiliar a formação de nossos futuros empresários. Salvo honrosas exceções, pouco tem sido feito a esse respeito e existem, de fato, pouquíssimas iniciativas legítimas ou de expressão. A importância de incentivar e desenvolver o espírito empreendedor do brasileiro é indiscutível. Nenhuma nação pode crescer sem contar com a força empreendedora de seu povo. Do contrário, corre-se o risco de se sucumbir à “síndrome do gigante adormecido”, aquele que, “deitado eternamente em berço esplêndido”, está sempre à espera de um despertar que nunca ocorre, de uma mudança que nunca vem, de um milagre, enfim, de tudo o que representa a própria antítese do espírito empreendedor.

Motivado por este grande desafio, o empresário Ricardo Bellino fundou o Instituto do Empreendedor (INEMP), cuja missão é servir de plataforma para a divulgação e fomento das principais iniciativas empreendedoras brasileiras, em nível nacional e internacional. Criado para servir de fórum permanente de discussão sobre as questões relevantes que envolvem o empreendedorismo, o INEMP vai: promover e difundir a iniciativa empreendedora em todas as camadas da sociedade, incentivando a criação de no-

vas entidades e promovendo o desenvolvimento sócio-econômico; atuar como fonte de informações sobre opiniões, atitudes, expectativas, estilos de gestão e técnicas de administração dos empreendedores; facilitar o inter-relacionamento e compartilhamento de idéias entre empreendedores; promover a iniciativa empreendedora, por meio da participação em diversos programas públicos privados que incentivam, reconhecem e fomentam o empreendedor. A meta é também trabalhar, em conjunto com outras instituições interessadas em promover a iniciativa empreendedora, sempre que se delinearem oportunidades para tanto. Exemplo é o Projeto “Escola da Vida”, em parceria com a Microlins. Esta parceria vai atuar na defesa da iniciativa empreendedora, incluindo: suporte à legislação favorável a negócios de mercados de pequeno e médio porte; realização de trabalhos em parceria com organizações de desenvolvimento econômico com a finalidade de auxiliá-las na captação de novos negócios; desenvolvimento de projetos nacionais para o apoio a iniciativa empreendedora. A criação e organização de evento também estão incluídos sejam para identificar, fomentar e premiar iniciativas, junto aos meios de comunicação, em especial o prêmio “Empreendedor do Ano”, realizado pela Ernst & Young. Apoiar iniciativas que enfatizem a ética no mundo corporativo.

RESENHA

O homem mais rico e como ele cresceu

Biografia escrita por Alice Schroeder conta a história do bilionário Warren Buffett

JANET MASLIN
THE NEW YORK TIMES

Quando completou 10 anos, em 1940, Warren Buffett ganhou como presente de aniversário de seu pai uma viagem para Nova York. Alguns garotos desejam ver o circo e o zoológico. O pequeno Warren quis visitar Wall Street.

Na Bolsa de Nova York, ele conversou com Sidney Weinberg, sócio sênior do banco de investimento Goldman Sachs.

No fim da conversa, Weinberg colocou seu braço em volta do menino e perguntou, "De quais ações você gosta, Warren?". As pessoas têm feito essa pergunta a ele desde então.

Sessenta e oito anos mais tarde, Buffett aparece no ranking da Forbes como o homem mais rico do mundo. Ele anunciou há pouco tempo investimentos de US\$ 5 bilhões no Goldman Sachs que devem manter o banco livre de dívidas e ampliar sua própria riqueza acumulada. E suas opiniões são tão disputadas que "The Snowball", uma biografia para a qual cooperou com entusiasmo, será de interesse, mesmo se respondesse apenas a questões amenas. A abordagem é intelectual, cobre um vasto terreno e conta uma história fascinante.

Buffett foi inteligente ao escolher Alice Schroeder como seu Boswell. Sim, ele encontrou uma biógrafa respeitosa com quem parece ter um relacionamento amistoso. Mas também encontrou uma escritora capaz de acompa-

nhar os loucos desvios na estória de Buffett e as complexidades do império de negócios Berkshire Hathaway, de Buffett. Schroeder é perspicaz quando revela o talento de seu biografado de antecipar com precisão as crises financeiras correntes e quando narra sua excêntrica história pessoal. E ela explica com clareza as questões fiscais. Essa biografia abrangente e rica vai fascinar qualquer pessoa interessada em saber quem é Buffett e o que ele se tornou.

Olhar empreendedor

Uma fotografia de Buffett com 2 anos de idade o mostra sorrindo misteriosamente enquanto aperta um brinquedo contra o peito. A foto não informa que ele foi uma criança incomum. Ele era obcecado por cálculos numéricos e pesquisas enigmáticas. Na igreja em Omaha, ele calculava e comparava o tempo de vida daqueles que compuseram hinos.

No hospital católico romano para onde foi levado depois de sofrer uma crise de apendicite, ele coletou as impressões digitais das freiras para preservá-los no caso de uma delas algum dia cometer um crime. Ele começou a conceber empreendimentos para ganhar dinheiro no tempo em que tinha 6 anos, e guardava o que ganhava. Ao olhar para a nota de US\$ 1, já via as combinações que podia fazer para que ela se tornasse logo uma de US\$ 10. (Ele só passou a praticar filantropia tarde exatamente por esse motivo).

Com 14 anos, ganhou dinheiro suficiente entregando jornais para entregar uma declaração de impostos de US\$ 7. Ele deduzia seu relógio e sua bicicleta como despesas comerciais.



Alice Schroeder: a analista de Wall Street que virou biógrafa

Certamente Buffett era o único estudante do colegial a ser dono de uma fazenda alugada e ganhar mais dinheiro do que seus professores. Depois disso, "a faculdade só iria me retardar", ele lembra. Mesmo assim, ele frequentou a Escola de Negócios de Wharton, da Universidade da Pensilvânia, onde era tão conhecido pelas brincadeiras tolas e os hábitos desleixados quanto pela precocidade. Porém, o momento de virada

chegou quando foi rejeitado pela Escola de Negócios de Harvard e decidiu estudar na Universidade de Columbia.

Um dos professores era Benjamin Graham, autor de "O Investidor Inteligente", que se tornou seu mentor e modelo.

Exposto às idéias de análise de títulos de Graham "a reação de Warren foi aquela de um homem que sai da caverna onde morou por toda sua vida, e pisca os olhos ofuscados pela luz do

sol quando percebe a realidade pela primeira vez".

A persistência sobrehumana para detectar empresas subavaliadas também foi bastante útil para ele na sua vida pessoal. Incapaz de conquistar o interesse de Susan Thompson, ele foi atrás do pai dela. Finalmente, ela se tornou Susie Buffett. Eles tiveram três filhos, para os quais o pai distante, porém manipulativo, era "a presença desligada e silenciosa, com os pés para cima e roupão fibroso, olhos fixos no Wall Street Journal, na mesa do café da manhã". Mas o papai usava a pesquisa de modo incrivelmente lucrativo. Só quando Susie acidentalmente jogou cheques de dividendos dentro do incinerador e correu para recuperá-los foi que se deu conta de quanto dinheiro o marido dela ganhava.

O livro

"The Snowball" ("A Bola de Neve") (com um título que se refere ao modo como Buffett torna as coisas cada vez maiores) acompanha seus estrategemas financeiros sem se tornar uma série de "e então ele comprou...". Parte da vivacidade do livro vem de personagens avarentos e irritadiços com quem Buffett gostava de medir forças. A história da ascensão de Buffett nos negócios é também uma espécie de escalada social, apesar de seu cultivado ar informal.

O livro detalha sua amizade suspeita com Katharine Graham, do Washington Post, uma ligação anômala já que ele diz que Violeta, das histórias em quadrinhos do Ferdinando, criada por Al Capp, era seu ideal feminino. Em qualquer caso, Buffett solicitava um constante estoque de hambúrgueres e de cuidados maternos. Ele se cercava com Susie, uma esposa substituta (Astrid Menks, com quem se casou mais tarde) e um círculo íntimo de outras mulheres.

Uma das muitas histórias memoráveis contadas no livro envolve outra amiga de Buffett que dormia no quarto de hóspedes de Graham. Quando essa amiga ligou, chocada, para dizer a Buffett que havia um quadro verdadeiro de Picasso no banheiro, ele respondeu que dormiu nesse quarto durante anos e nunca notou o quadro. O que ele notou foi que no banheiro tinha xampu de graça. "The Snowball" contém histórias igualmente boas sobre líderes empresariais, como Akio Morita, co-fundador da Sony, e Bill Gates, a quem Buffett de imediato reconheceu como alma gêmea.

Há muitas histórias de triunfo, como aquela sobre como a Omaha Sun, embora controlada por Buffett, levou a público as propriedades fiscais da comunidade de Boys Town, criada pelo padre Flanagan. Então há as histórias de negócios que tornam a biografia chocantemente oportuna. Schroeder narra minuciosamente o relutante envolvimento de Buffett no quase derretimento do Salomon Brothers em 1991, com lições sobre os riscos da desregulamentação, a precariedade dos derivativos e os perigos do envolvimento governamental no socorro às instituições financeiras.

Para produzir o retrato definitivo de Buffett, "The Snowball" não tem de fazer declarações excessivas de sua importância. Schroeder deixa isso claro de uma história para outra. "Nenhum grupo de acionistas na história", ela escreve, com um olho na história de vida de seu biografado e outro no seu legado, "vai sentir a perda de seu presidente como os acionistas da Berkshire vão sentir de Buffett quando ele finalmente partir".

"THE SNOWBALL — WARREN BUFFETT AND THE BUSINESS OF LIFE"

Alice Schroeder | Ilustrado
960 págs. | Bantam | US\$ 35

ARTE

João Carlos Martins



Empreender na música é uma conquista

Empreender é sonhar com realismo. Quando um ser humano tem um objetivo que, por si só, pode ajudá-lo a cumprir a sua missão nesta vida, ele necessita, como costume dizer, ter a disciplina de um atleta e a alma de um poeta. Tenho uma enorme admiração por todo empreendedor através destes séculos em qualquer segmento de nossa sociedade, mas neste artigo prefiro falar sobre o empreendedorismo na música, da qual sou um fiel servidor.

No século XX, citaria três personalidades que fizeram a diferença em nosso País. Inicial-

mente o eterno Heitor Villa-Lobos, que sonhou e conseguiu levar a música para todas as escolas do Brasil, fazendo nossos jovens respeitarem nossos hinos, e consequentemente, a nossa bandeira. Por outro lado, proporcionou a estes jovens o acesso às artes através da música.

Heitor Villa-Lobos, Mário de Andrade e Eleazar de Carvalho: personalidades que fizeram diferença em nosso País

mente o eterno Heitor Villa-Lobos, que sonhou e conseguiu levar a música para todas as escolas do Brasil, fazendo nossos jovens respeitarem nossos hinos, e consequentemente, a nossa bandeira. Por outro lado, proporcionou a estes jovens o acesso às artes através da música.

Infelizmente, nos anos setenta, perdemos esta matéria na escola e, felizmente, o sonho de Villa-Lobos voltou a se tornar realidade com a aprovação recente do projeto que reinseriu este tema nas salas de aula.

A segunda personalidade, sem dúvida, foi Mário de Andrade que na Semana de Arte Moderna teve um papel preponderante e eclético. Ele revolucionou São Paulo e o seu empreendedorismo colocou o Brasil no mapa cultural da humanidade. Finalmente, cito Eleazar de Carvalho, que após aprender a

tocar tuba no interior do Ceará, chegou no Rio de Janeiro e em seguida nos Estados Unidos, onde tornou-se um dos maiores regentes do século XX. No entanto, usou sua criatividade para dar origem às grandes orquestras brasileiras e aos grandes festivais de música que hoje inundam o nosso País.

Grças a esses exemplos, em 2004, após perder definitivamente o uso das minhas mãos para o piano, resolvi estudar regência e criar minha própria orquestra, sem chapa branca mas com o idealismo de músicos, que acreditaram no meu sonho, e na responsabilidade social de alguns empresários brasileiros.

Quantas noites passei sem dormir, quantas dúvidas passaram pela minha cabeça, mas graças a uma fé inabalável, a Bachiana Filarmônica é hoje uma realidade, com apresentações de norte a sul e de leste a oeste do Brasil, tendo sido a primeira orquestra brasileira a se apresentar no Carnegie Hall de Nova York, e neste ano, pela segunda vez, com grandes elogios da imprensa americana.

Esta orquestra deu origem à Bachianinha, constituída por jovens de todos os bairros de São Paulo que, juntamente com este velho jovem maestro, estão levando música para milhares de crianças e jovens que nunca tiveram acesso a este tipo de realização artística, inclusive na Fundação CASA (ex- FEBEM).

Hoje, a Bachiana já é uma fundação, com uma enorme responsabilidade sócio-ambiental em nosso País, razão pela qual eu digo que empreendedorismo é perseguir um sonho sem jamais desistir, até o dia em que o sonho acaba por atropelar o próprio empreendedor.

Nesta altura chega-se ao sucesso, que passa a ser exemplo para terceiros quando, através de uma força divina, é administrado com humildade e amor ao próximo.

LANÇAMENTO

"Escola da Vida" é uma lição para realizar grandes negócios

RICARDO BELLINO
ESPECIAL DE NOVA YORK

A maior mentira que já lhe contaram em sua vida é que você não pode realizar seus sonhos porque não cursou uma faculdade, por causa de suas origens humildes, porque é muito jovem ou porque já não é tão jovem, porque possui algum problema físico, por causa de seus valores morais ou devido à sua raça ou sexo. Tudo isso é uma grande mentira, e é fácil provar por quê. Todos os dias, em todos os cantos mundo, existem pessoas desmentindo cada uma dessas afirmações. E elas o fazem por meio de seu trabalho, de sua integridade, de sua determinação e de seu espírito empreendedor.

Há gente que não teve a oportunidade de estudar, ou que optou por deixar a escola para trabalhar, e que, apesar dessa desvantagem, conseguiu vencer: eles aprenderam na prática, enquanto muitos diplomados ficaram só na teoria e não chegaram a lugar algum. Isso não significa, de modo nenhum, que a escola não é importante — ela pode lhe dar uma enorme vantagem, desde que você aprenda a unir o conhecimento à prática.

Por outro lado, quem não conseguiu se formar, não deve encarar isso como uma limitação que não pode ser transporta: você terá de se empenhar mais, mas ainda assim poderá chegar lá.

O mesmo ocorre com as origens humildes. Quantos milionários não começaram a vida como engraxates, camelôs, faxineiros, contínuos e mascates? Quantos não passaram fome e dormiram ao relento? Se eles migraram de uma ponta à outra da pirâmide social é porque, em vez de pôr um freio às suas ambições, suas origens humildes

RICARDO R. BELLINO
JOSÉ CARLOS SEMENZATO
com Elisabeth Priestley

ESCOLA DA VIDA

AS LIÇÕES DE GRANDES EMPREENDEDORES
QUE APRENDERAM NA PRÁTICA COMO FAZER SUCESSO



Além do Brasil, o livro será lançado no México e na Espanha

atuaram como um poderoso agente motivador para fazê-los prosperar. Eles não perderam tempo pensando: "O que é que alguém como eu pode fazer?". Em vez disso, apenas fizeram.

A idade também não é um empecilho ao sucesso, nem tampouco a deficiência física. Há casos de pessoas que começaram a revelar sua veia empreendedora quando ainda eram muito jovens — até mesmo na infância. Outros só descobriram esse talento mais tarde na vida.

E não faltam histórias de pes-

soas que aprenderam a lidar com problemas físicos dos mais variados, mostrando que, para quem tem espírito de vencedor, as limitações do corpo não são uma barreira intransponível. Muitas vezes ouvimos dizer: "Você é honesto demais para vencer na vida". Ou, então: "Você é muito idealista. Não vai chegar a lugar nenhum sendo assim". Quem diz isso está confundindo esperança com talento.

Ética é prioridade

É possível, sim, atingir o suc-

cesso sem abrir mão da ética, da integridade e dos valores morais. Não faltam empreendedores bem-sucedidos cujas histórias confirmam isso. A expertise e a desonestidade podem abrir atalhos, mas seu resultado é efêmero: o espertalhão acaba caindo tão rápido quanto subiu, porque seu sucesso não possui base sólida. Só os que se mantêm fiéis aos seus valores conseguem êxitos constantes e, mais do que isso, conseguem consolidar as suas grandes conquistas.

Da mesma forma, raça e sexo nunca impediram que um empreendedor realmente determinado pavimentasse seu caminho rumo ao topo. Eles podem ter encontrado mais obstáculos devido à intolerância e à incompreensão dos outros, mas reagiram mostrando que o fato de ser mulher, ou de pertencer a essa ou aquela raça, não são fatores decisivos para o sucesso. Os únicos fatores decisivos são o talento, a competência, a integridade e a força de vontade

Análise do livro

Neste livro, Bellino (autor de vários outros livros, entre os quais "Três Minutos Para o Sucesso", que já foi lançado em mais de 10 países) analisa as biografias de grandes empreendedores como Samuel Klein (Casa Bahia), Comandante Rolim (TAM), Antonio Ermírio de Moraes (Votorantim), Bill Gates (Microsoft), Soichiro Honda (Honda) e muitos outros para responder às seguintes perguntas: como eles conseguiram chegar lá e o que você pode aprender com eles.

As respostas foram encontradas nas experiências práticas de todos esses homens de negócios, naquilo que não se aprende na sala de aula — daí da escolha pelo nome do livro, "Escola da Vida."

CARREIRA

“Coaching” é um personal de negócios

Essa aptidão pode ser aplicada com um reforço para a área comercial da empresa

VILLELA DA MATTA
SÃO PAULO

O que há em comum entre nomes como o Bernardinho, Felipão ou Nuno Cobra, além do fato de serem treinadores esportivos e liderarem vitoriosos? A resposta é que nenhum deles ensinou nada a nenhum dos atletas.

É isso mesmo! É muita pretensão imaginar que Bernardinho ou Felipão amestraram seus jogadores rumo à vitória ou que Nuno Cobra poderia ter ensinado algo a Ayrton Senna. Esses treinadores fizeram bem mais que isso! Foram peças fundamentais para potencializar competências e despertar o desempenho máximo de cada um deles até que atingissem o topo em suas modalidades.

Foram verdadeiros escavadores de aptidões e talentos. Souberam explorar qualidades, convencendo-os a manterem o foco no que realmente é importante e ainda tiveram sensibilidade para atribuir forças aos mais importantes predicados de cada um deles. Cada qual em sua modalidade, respeitando as características de cada esportista.

Todos esses mestres, Bernardinho, Felipão ou Nuno Cobra figuram nessas histórias como verdadeiros “Coaches”. São personagens imprescindíveis nas conquistas e vitórias que enaltecem a história de nosso esporte, seja no futebol, vôlei ou automobilismo. Essas importantes figuras chamadas “Coaches”, no universo esportivo, conquistaram um espaço tão fundamental, que, no momento, a responsabilidade pelas conquistas já são praticamente inerentes a esses figuras. Não há mais como separar esses treinadores das grandes conquistas de seus discípulos.

Analisando esses importantes resultados positivos, o mundo corporativo resolveu absorver essa figura do “Coach” e aplicá-la à realidade corporativa. Foi então criado o contemporâneo processo de Coaching com objetivo único de elevar o nível dos resultados e produtividade focando o desenvolvimento de habilidades do executivo, líder ou homem de negócios.

A receita é simples, e a solução que surgiu do mundo esportivo com a figura do “Coach”, já pode ser acessada e aplicada com sucesso ao mundo dos negócios. Uma espécie de reforço coadjuvante na disputada arena comercial. Um maestro para administrar compassos e desenvolver sinergia competitiva focando e aprimorando as principais qualidades do capital humano de uma organização. Dessa forma, tal como um “personal trainer”, o “Coach” vai estabelecendo junto a “atleta corporativo” circuitos de atuação específicos, trabalhando aptidões, qualidades e desempenho. As necessidades do mundo corporativo justificam o crescimento contínuo do processo de Coaching. São diferentes “modalidades” (Executive, Career, Business, Team ou Leadership) que respeitam e obedecem a regras específicas de

**O COACHING
CRESCEU
300%**
no Brasil,
o berço do
empreendedorismo

atuação, mas todas com um único objetivo: resultado. O processo de Executive Coaching não objetiva ensinar o indivíduo a ser um executivo. O profissional “Coach” vai ter como principal função, elevar o nível de habilidades empreendedoras do profissional e permitir que ele atue de forma mais pragmática e efetiva. Os resultados de uma empresa dependem do desempenho do executivo em todos os aspectos. Esse indivíduo que está à frente do empreendimento precisa possuir uma enorme capacidade de realizar metas, competência de liderança e gestão e ainda se tornar um mestre em gerar resultados para o negócio. Afinal, são prazos a serem cumpridos e indicadores a serem atingidos que ele ainda tem que somar, a saber, administrar vaidades humanas de seus funcionários e equipe, políticas internas da organização, a situação atual do mercado, acionistas, clientes e a própria família e vida pessoal. Para isso, o “Coach” pode funcionar como um excelente maestro nessa grande orquestra corporativa, organizando e harmonizando todos os setores.

Business Coaching

Já o Business Coaching é solu-

ção ideal quando o assunto é desenvolver o negócio. Esse processo atua diretamente na gestão. São desenvolvidas estratégias para identificação das reais necessidades com a utilização da “expertise” do próprio empreendedor, que idealizou e investiu no negócio. Com a implantação do Coaching a tendência é conseguir maior comprometimento dos funcionários e tornar o ambiente de trabalho mais cooperativo e produtivo. O processo de Coaching promove mudanças positivas e introduz de maneira efetiva, e em qualquer setor empresarial, uma verdadeira cultura de re-

sultados recorrentes. O Coaching não é um acontecimento, como é considerado um treinamento motivacional ou de liderança, onde se absorve e se programa ao cotidiano apenas 22% das informações adquiridas. Coaching é um novo processo que gera e estimula uma decisão ou ação contínua, validando mudanças e os novos aprendizados de forma mais eficaz.

Resultados

Um dos mais importantes líderes, Jack Welch, presidente da GE, que conseguiu em 23 anos, saltar de US\$14 bilhões para US\$ 410

bilhões o valor de mercado da companhia, tem uma frase que aponta o futuro do cenário organizacional no mundo. “No futuro pessoas que não forem coaches não serão promovidas. Gestores que forem Coaches serão a regra”. A figura de um profissional dotado de todos os requisitos do empreendedor somados a características de líder é cada vez mais disputado pelo mercado. O mundo dos negócios está prestes a viver uma escassez de líderes e o topo organizacional será alcançado por quem se preparar agora.

O processo de Coaching no Brasil já chegou ao expressivo ín-

dice de crescimento de 300% ao ano. Isso porque o Brasil é considerado o berço do empreendedorismo. País de grandes oportunidades e criatividade, afinal, muitos brasileiros “criam”. O brasileiro é empreendedor com enorme disposição e habilidade para superar crises, ousadia para assumir riscos e pró-atividade para criar novas empresas.

Porém, nosso empreendedor, infelizmente, ainda carece de capacitação empreendedora de qualidade, que lhe forneça a base necessária para identificar oportunidades, criar a empresa e liderá-la de maneira eficiente.

GOLD & DEALS & DEALS

WHY M TRANSFORMAN POR QU

Timeline of coaching success stories:

- 1988: elite, FELLUS
- 1994: Forbion Logistics Street Center, Hering
- 1998: construbid, CEMEX
- 1999: illusion 24, OPPORTUNITY

WWW.GOLDB

As oportunidades para o Brasil

Pensando em todas essas questões que Ricardo Bellino — empresário e fundador/mantenedor do Instituto do Empreendedor (INEMP), em parceria com a empresa Ernest & Young, se associou a Sociedade Brasileira de Coaching®, a maior referência em Coaching no Brasil e a única a ter licenciamento oficial do Behavioral Coaching Institute (BCI), o maior instituto de qualidade técnica no mundo, responsável pelo desenvolvimento da metodologia utilizada em empresas como Walt Disney, NASA, Pfizer, Sony Corporation, The Bank of New York, Ernest & Young, Lloyds Bank, Daimler Chrysler, Vodafone, entre outras.

Ricardo tem em seu currículo importantes empreendimentos. Conseguiu convencer o milionário Donald Trump a iniciar um empreendimento no Brasil, virou sócio do empresário de moda John Casablancas e trouxe ao Brasil uma unidade da Elite Models, a mais conceituada e importante agência de modelos no mundo. Além disso, introduziu no Brasil, o concurso Elite Look of the Year, evento que se transformou em vitrine de exportação de modelos brasileiras.

O Deal Maker, Ricardo Bellino, especialista em transformar idéias em negócios, faz parte do seleto grupo de colaboradores da publicação Gazeta Mercantil. Além do mais, é o grande responsável pela visibilidade do

Coaching no mundo.

Ricardo Bellino é formado pela Sociedade Brasileira de Coaching® e utiliza o processo de Coaching em seus negócios e empreendimentos. O empresário ainda é Conselheiro Estratégico em Empreendedorismo da SBC e promete democratizar o Coaching e levar a possibilidade de crescimento e desenvolvimento, com esse processo, a todos. Ricardo que tem uma grande preocupação e muita responsabilidade social afirma que “Pessoas estimuladas corretamente são grandes potenciais de prosperidade”.

Villela da Matta possui larga experiência em Executive Coaching e Life Coaching, co-desenvolveu o método Personal & Professional Coaching®.

É Presidente da Sociedade Brasileira de Coaching, membro do ICC (International Coaching Council), modelou e teve como mestres os principais Coaches da atualidade como Tad James, Anthony Robbins, Brian Tracy, Wayne Dyer, Zig Ziglar, Perry Zeus e Suzanne Skiffington, e outros.

Palestrante Internacional, Psicanalista, Trainer certificado pelo Conselho Americano de PNL e Hipnoterapeuta pelo Conselho Americano de Hipnose Clínica, possui o título de MBA pela Fundação Getúlio Vargas e atuou por 20 anos em empresas do grupo Daymle-Chrysler e Deutsche Telekom.

V.M.

PERFIL

A persistência para vencer os obstáculos

A trajetória de seu presidente começou aos 15 anos, após o curso profissionalizante

CRISTINA RIBEIRO DE CARVALHO
SÃO PAULO

Poucas pessoas conhecem a origem histórica dos empreendimentos e empreendedores que conquistaram e estabeleceram seus negócios em um mercado tão competitivo. Estes diversos segmentos comerciais são formados por empresários que muitas vezes não possuem uma qualificação baseada em diploma uni-

versitário, o que não os torna menos capacitados na desenvolvimento de seus projetos, como é o caso de José Carlos Semenzato, proprietário da escola de informática Microlins.

A história do centro educacional profissionalizante está diretamente ligada a um jovem que na época, cancelou o terceiro semestre de graduação em informática devido ao excesso de trabalho. Semenzato atuava como professor de linguagem de programação de computadores para o curso técnico em processamento de dados, inicialmente com meio período das aulas, quando então recebeu

o convite para lecionar em tempo integral no Instituto Americano de Lins, onde permaneceu atuante na profissão por cinco anos. A conquista como professor se deu por mérito, e aprendizado na prática do dia a dia, pois não dispunha de comprovação gradual para exercer a função.

A trajetória do empresário começou aos 15 anos quando ingressou no curso profissionalizante, inicialmente o de programação de computador, e depois de analista de sistemas, que cursava aos sábados, pois durante a semana vendia salgados preparados por sua mãe, para assim con-

tribuir com a renda familiar. "Desde o início sempre fui um vendedor nato, estava praticando uma habilidade que contribuiu para o que eu sou hoje" diz Semenzato. Aos 23 anos, ele já era um profissional da área.

A ousadia em levar adiante o sonho de fazer parte do mundo empresarial fez com que ele abandonasse a estabilidade profissional com carteira assinada para abrir a primeira unidade de sua própria escola de informática, Microlins, na cidade de Lins, no interior de São Paulo. Porém, o início não foi tão simples como se pode imaginar, Semenzato, fi-

lho de pai pedreiro e na época sem dispor de muitos recursos financeiros, juntou as economias aliadas a um financiamento bancário para comprar quatro computadores e carteiras de segunda mão e ministrar aulas para 15 alunos. "Em 1991, quando decidi abrir meu próprio negócio, tive o incentivo de meu chefe que usou estas palavras 'pode ir para sua carreira empresarial que você será um profissional de sucesso', esta força que recebi serviu para eu levar adiante aquilo que já imaginava como um dos maiores centros de capacitação profissional do Brasil", declara o empreendedor. Hoje, as mais de 700 unidades da Microlins distribuídas pelo país registram 50 mil matrículas por mês e prepara para o mercado de trabalho 600 mil profissionais por ano.

O sucesso não se deu sem dificuldades. Em 1994, o Plano Real impôs à Microlins, que já contava com 17 escolas, um severo golpe. Na época, as mensalidades pagas pelos alunos foram corrigidas com base em uma tablita, o que reduziu o seu valor. Por outro lado, os contratos de leasing firmados com bancos e atrelados ao dólar, referentes a centenas de computadores em uso nas escolas da rede, teve de ser cumprido à risca. O turbilhão na economia fez com os computadores fossem devolvidos e para contornar a crise, Semenzato manteve a empresa operando com recursos de seu patrimônio pessoal e encontrou no formato de franchising a oportunidade para manter a trajetória de expansão da empresa. "Em 1995, nasce a franchising Microlins. Por meio deste investimento passei a receber 8% de royalties do faturamento de cada unidade. A procura por investidores diretamente da área de franchising se deu por necessidade, eu não tinha nada planejado, o que mostrou que o risco corrido foi válido", conta o empresário.

Além da experiência e do conhecimento sobre informática acumulados por seu fundador, um ponto determinante para o grande crescimento da empresa foi a percepção de que o país precisaria treinar e capacitar pessoas para atuar em organizações dos mais variados setores. A informática, portanto, era apenas uma faceta de um universo muito mais amplo de trabalho.

Em 1997, os cursos de informática eram muito procurados, pois o computador começava a fazer parte dia-a-dia das empresas. O fundador percebeu que o equipamento estaria inserido na rotina das pessoas e oferecer apenas esse curso não seria mais um diferencial. A partir do estudo desse mercado, o empresário apostou na ampliação da quantidade de

cursos oferecidos pela escola, que se transformou em um centro de formação profissional.

Dez anos depois, a empresa alcançou a marca de 700 unidades, enquanto as concorrentes de maior porte possuíam menos de 200. Atualmente, além de idiomas e informática, a rede Microlins oferece mais de 40 opções de cursos de qualificação como rotinas administrativas, vendas, turismo, hotelaria, atendimento a clientes, telemarketing e outros.

Em 1998, a empresa mudou sua sede da pequena Lins para São José do Rio Preto, também no interior de São Paulo.

Centros de formação

Em 2003, a rede já contava com 500 unidades espalhadas por todo o Brasil. Consolidada, a Microlins Semenzato associou-se à Embelleze, indústria de cosméticos, para criar o Instituto Embelleze, hoje com cerca de 200 unidades, voltado à formação de profissionais na área de beleza e estética. Outros empreendimentos vieram na sequência, como o Instituto Ricardo Almeida em 2006 e o projeto Cultura Industrial estabelecido em 2007 na capital paulista, atualmente com 12

escolas próprias, mas com metas de expansão entre 100 a 200 franquias até o ano 2009. Entre os projetos existentes a Microlins possui o projeto Microlins Multimarcas em 500 pequenos municípios composto por 50 mil habitantes que recebem curso de beleza e cultura industrial. "O objetivo é expandir todo esse trabalho para o interior do Brasil que possuem 800 municípios abertos para investimento, com a previsão de conquistar para os próximos três anos um mil e seiscentos destes", declara José Carlos Semenzato.

Projeto Escola da Vida

Ricardo Bellino e José Carlos Semenzato são os responsáveis pelo projeto Escola da Vida, destinado a despertar e aperfeiçoar os talentos indispensáveis a um verdadeiro empreendedor. O projeto é composto por um livro e um curso com 72 horas de aulas divididas em um período de seis meses, cada um correspondendo a um módulo: descobrindo o espírito empreendedor; trabalhando a imagem, comunicação e construção de relacionamentos, organização, determinação, persistência e liderança. O livro dá continuidade do projeto Escola da Vida e tem por missão abarcar o mundo do empresário.

RODRIGO COPOTE/GAZETA MERCANTIL

1983

BELL & BELL
REAL ESTATE MAKERS

NOT?...
ANDO NÃO EM...
E NÃO?

2003 TRUMP TRUMP REALTY BRAZIL

2005 INEMP INSTITUTO DE EMPREENHIDORES

2007 PONTA BRASILEIRAS

2008 RECORD MICROLINS

TRUMP ERNST & YOUNG Quality In Everything We Do

BELL.COM.BR



José Carlos Semenzato vai abrir mais 200 escolas em 2009

EXEMPLOS

Os Sadins e os Midas da globalização

Os nomes ao contrário representam o ponto e o contra-ponto no mundo empresarial

REDAÇÃO
SÃO PAULO

A expressão “toque de Midas” originou-se de uma milenar lenda grega segundo a qual o deus Dionísio decidiu recompensar Midas, o rei da Frígia, por ter oferecido abrigo e proteção ao velho preceptor de Dionísio, quando este se encontrava em uma situação difícil. Midas pediu como recompensa o dom de transformar em ouro tudo o que tocasse, mas depois implorou ao deus que o livrasse desse poder, pois até os alimentos transformavam-se em ouro ao tocarem seus lábios — e mesmo tendo a seu dispor todo o ouro que desejasse, ele estava em vias de morrer de inanição.

Porém, ao contrário da lenda que lhe deu origem, a expressão toque de Midas não se refere nem a uma bênção divina, nem a uma maldição. Refere-se, sim, à habilidade que alguns possuem de obter lucros onde outros parecem só obter prejuízo, de encontrar oportunidades onde ninguém mais as vê, de transformar idéias em negócios de sucesso. Assim como Midas transformava tudo em ouro, pessoas com o toque de Midas mudam para melhor tudo aquilo em que tocam. Se a empresa está falindo, elas a recuperam; se o negócio está afundando, elas o fazem prosperar; se o projeto não consegue sair do papel, elas o colocam em prática; se o desânimo predomina, elas reinstauram o entusiasmo; se prevalecem brigas e desavenças, elas instituem um ambiente cooperativo.

São inúmeros os exemplos de pessoas com o toque de Midas. Sílvio Santos assumiu um negócio cheio de dívidas que funcionava no porão de um prédio e o transformou nos carnes do Baú da Felicidade, até hoje um dos carros-chefes de seus empreendimentos. A partir de um hospital à beira da bancarrota, Edson de Godoy Bueno criou a Amil, a mais bem-sucedida empresa de planos de saúde do país. Em plena crise dos combustíveis nos anos setenta, Salim Mattar fez o que ninguém sonharia em fazer naquele momento: abriu uma empresa de aluguel de veículos, a Localiza, que viria a se tornar uma das maiores do Brasil. As histórias são muitas, e envolvem desde figuras conhecidas até outras não tão conhecidas, mas que também prosperam graças a seu toque de Midas. Você deve conhecer muitas delas: aquele funcionário que parece ter uma solução para tudo e cuja ascensão na companhia é meteórica, o vendedor que vende até geladeira para esquimó, o empresário que se deu bem a partir de uma idéia na qual ninguém acreditava, e por aí fora.

Porém, se todos já ouviram falar no toque de Midas, nem todo mundo ouviu falar no seu oposto, o rei Sadim. Podem não conhecê-lo pelo nome, mas com certeza já o viram em ação. Sadim é Midas

escrito ao contrário. E, conforme seu nome indica, ele é o avesso de Midas. Se o rei da Frígia transformava tudo em ouro, o rei Sadim tem o poder de deteriorar tudo aquilo em que encosta a mão. Se o negócio dá lucro, ele faz dar prejuízo; se a idéia é boa, ele a faz afundar; se existe amizade e cooperação, ele logo instala a desconfiança e a desarmonia. O rei Sadim é, no fundo, uma pessoa extremamente insegura e com uma auto-estima baixíssima. Contudo, como é incapaz de trabalhar seus pontos fracos, pois nem sequer admite que os têm, vale-se de uma enorme arrogância para ocultá-los até de si mesmo. O rei Sadim jamais se reconhece como tal. Ele acredita ser um Midas — mas os resultados de suas ações estão sempre a desmascará-lo. Naturalmente, isso não o detém: Sadim é mestre em culpar os outros por sua própria cegueira e incompetência, e acredita piamente nas fantasias que inventa para mascarar seus fracassos. E avança, impávido, alheio ao rastro de destruição que deixa atrás de si.

Infelizmente, é inevitável que, cedo ou tarde, cruzemos com algum Sadim, seja na vida profissional, seja na vida pessoal. Saber reconhecê-lo, bem como as armas as quais ele recorre, e aprender a neutralizá-lo é, em muitos casos, uma questão de sobrevivência.

Identificando o Sadim

Todo ser humano é uma complexa mistura de emoções e sentimentos, uma combinação de elementos positivos e de outros não tão positivos, e o rei Sadim não é exceção. Acontece que seu sentimento de inferioridade e inadequação é tão profundo, e sua recusa em admitir isso é tão poderosa, que ele acaba se deixando conduzir por um incontrolável impulso de projetar nos outros as características que não consegue reconhecer em si — é a única forma que conhece de sentir-se um pouco melhor consigo mesmo. Esse comportamento faz com que ele seja visto quase que como uma caricatura da vaidade humana em seu sentido mais extremo. Nele, a arrogância, a mesquinhez e o egoísmo transparecem sem qualquer filtro, pois auto-crítica, equilíbrio e bom senso não podem ser cultivados por uma pessoa que se recusa a enxergar as próprias falhas. Por isso, é fácil observarmos no rei Sadim os seguintes elementos:

O espelho mágico - Assim como a madrastra malvada da história da Branca de Neve, o rei Sadim também tem um espelho especial, que lhe mostra apenas o que ele quer ver. Como resultado dessa distorção, ele vê sua arrogância como magnanimidade, sua mesquinhez como generosidade, seu rancor como justiça, sua incompetência como “culpa dos outros”, e assim por diante.

Os bobos da corte — Para que o espelho mágico seja ainda mais eficaz, o rei Sadim procura se cercar de um séquito de bajuladores, cujo grau de competência é medido por sua maestria na arte de puxar o saco. Se você já teve um



chefe Sadim, deve ter percebido que ele sempre coloca nas posições-chave membros de seu séquito — mesmo às custas da saúde e da lucratividade da empresa. É claro que ele vai dizer que suas escolhas baseiam-se na competência, mas qualquer um (menos ele) pode ver que o principal, se não o único, critério é fortalecer sua posição e seu ego. Os bajuladores nunca o questionam nem desafiam sua pretensa competência, já que isso é algo que eles mesmos não possuem. Rodear-se de pessoas tão ou mais medíocres do que ele ajuda a aumentar sua ilusão de superioridade.

A falsa modéstia — Mesmo adorando a bajulação, o rei Sadim procura manter uma fachada de falsa modéstia. Mas ela cai por terra no instante em que ele achar que não está recebendo a atenção que merece. Aí ele grita, esperneia, intimida, ameaça, calúnia — tudo sob a alegação de estar sendo alvo de uma “injustiça”, ou de querer corrigir um ato de “incompetência”.

Os atalhos — Se o rei Sadim é assim tão incompetente, como é possível que tantas vezes o encontremos em posições de destaque? Primeiro porque Sadim é, ele próprio, um bajulador, que sa-



be se aproximar e tirar proveito de Sadins mais poderosos do que ele. Mas a bajulação não é o seu único atalho. Em alguns casos, ele pode chegar lá por meio de um casamento de conveniência. Em outros, pelo simples fato de ser o filho do dono ou o “protegido” de alguém importante.

O amigo da onça — Às vezes, pessoas que no início parecem ser nossas amigas, mais tarde se revelam verdadeiros Sadins. Isso ocorre porque a dissimulação é outra de suas características. Ele pode fingir amizade para pegar carona no sucesso de alguém, mas, cedo ou tarde, tentará reivindicar esse sucesso só para si — é nessa hora que o Sadim mostra as garras.

A memória seletiva — O rei Sadim tem o incrível dom de reescrever a história à sua maneira. Naturalmente, ele se considera o próprio Salomão em termos de justiça — adora dizer: “Eu sou uma pessoa ‘justa!’” - mas o fato é que palavras como reconhecimento e gratidão não existem no seu vocabulário. Ao relatar fatos passados, sempre aumenta sua importância e reduz, ou mesmo elimina, a importância dos outros. Pode chegar ao cúmulo de clamar para si a autoria de uma idéia que não foi dele ou de uma iniciativa



que não foi ele quem tomou.

A inveja — Todo Sadim é um invejoso por excelência. Seus problemas de auto-estima o levam a cobiçar o que os outros possuem em vez de tentar obter essas coisas por esforço próprio. Ele inveja não apenas a riqueza e o poder, mas qualquer coisa que faça uma pessoa se distinguir: talentos, habilidades, méritos. Inveja o fato de alguém ser estimado pelos demais, os amigos que o outro possui e até mesmo a “sorte” alheia. As realizações passadas, o currículo acadêmico, o bom-humor, a vida familiar de alguém, tudo pode ser objeto de sua inveja.

O dicionário pessoal — Sadim tem seu próprio dicionário, no qual as palavras assumem o sentido que ele quer lhes dar. O talento dos outros ele chama de “sorte” ou de “pistolão”. Sua própria falta de tato e de inteligência social recebe o nome de “honestidade”, e em geral vem acompanhada da frase: “Digo a verdade, doa a quem doer”. Os mais habilidosos ele chama de “mediocres”, e os mais competentes são sempre “incompetentes”.

A metamorfose ambulante — Sadim que se preza está sempre mudando de idéia, ou para acompanhar o que está na moda, ou para tentar contaminar os outros com sua eterna insegurança. Se num momento ele diz que gostou do seu trabalho, no instante seguinte pode dizer que você não faz nada que preste. Se hoje ele defende com unhas e dentes uma teoria, amanhã pode defender algo totalmente oposto. Nem tente entender: é melhor sair de perto de fininho e fingir que não escutou.

O rancor — O rei Sadim é capaz de lembrar-se daquele coleguinha da escola primária que tirava as melhores notas e atraía todas as atenções — e continuar lhe reservando sua parcela de ódio e ressentimento. Se esquece quem lhe ajudou, jamais esquece quem acredita tê-lo ofendido. E não deixa passar nenhuma chance de se vingar e de destilar o seu rancor.

A paranóia — Um Sadim “patológico” com o tempo descamba na paranóia. A insegurança que ele tanto tenta ocultar ou ignorar vai crescendo nas sombras, e o faz ver, em toda parte, “conspirações” para “derrubá-lo”. Qualquer um

que não pertença à turma dos bajuladores pode ser visto como “traidor” e, às vezes, até mesmo alguns dos bajuladores pagam o pato. Como suas atitudes conduzem à catástrofe, quanto mais os sinais dessa catástrofe forem se tornando evidentes, maior é sua necessidade de encontrar bodes-expiatórios. Seus delírios tomam a forma de uma caça às bruxas: se algo vai mal, é porque “conspiradores” estão tentando sabotar seus planos sempre tão perfeitos. Para o rei Sadim, o mundo gira ao seu redor e a principal ocupação dos outros consiste em tramar alguma coisa para derrubá-lo.

O Arsenal do Sadim

Para atingir seus objetivos, o rei Sadim não hesita em partir para o jogo sujo. Fique atento às armas que ele costuma empregar. Dissimulação - embora goste de posar de corajoso, sua pose não passa de uma bravata — no fundo, ele é um covarde. Quer ver o circo pegar fogo, mas não quer ser apontado como o autor do incêndio. Por isso recorre à dissimulação. Seus ataques são quase sempre indiretos. Costuma recorrer ao séquito de bajuladores para fazer o trabalho sujo por ele, e só parte para o ataque quando a vítima já foi abatida e não tem condições de reagir no momento.

Sadismo — Como todo invejoso, o rei Sadim se delicia ao ver o objeto de sua inveja passando por dificuldades e não perde a chance de aumentar ainda mais a aflição alheia. Quem teve um chefe ou um colega Sadim já deve ter passado por isso. Ele chega, coloca a mão no seu ombro e diz: “Ouvi dizer que alguém da diretoria está querendo a sua cabeça. Cuidado, eles estão de olho em você”, e sorri intimamente ante a aflição de sua vítima.

Desdém — Na fábula da raposa e das uvas, a raposa, por não conseguir alcançar as uvas que tanto cobiça, finge desdenhá-las, dizendo: “Eu não quero mesmo. Essas uvas estão verdes”. O rei Sadim faz exatamente a mesma coisa, ou pior. Para reforçar seu desdém, ele costuma recorrer também ao desprezo, ao sarcasmo e ao escárnio, esforçando-se para ridicularizar aquilo que, no fundo, inveja.

Fofocas, boatos, difamações e calúnias — Essas estão entre suas armas preferidas. O rei Sadim nunca sai de casa sem elas. Ele tem mestrado e doutorado na arte de iniciar e propagar fofocas e boatos contra seus desafortunados — ou seja, as pessoas que ele inveja. Com isso, cria o ambiente propício para usar as armas seguintes, a difamação e a calúnia. Tudo isso muito bem embrulhado na dissimulação. Ele sempre começa dizendo: “Não sei se devia lhe contar, mas como você é meu amigo...”, ou “Não quero me envolver nisso, mas você precisa saber que...”, e uma série de outras frases do gênero. O rei Sadim sabe muito bem que boatos infundados podem prejudicar a reputação de alguém, pois levam muita gente a pensar que onde há fumaça, há fogo. Na verdade, o certo seria pensar: onde há fumaça, provavelmente há um Sadim começando um incêndio.

Intrigas — O rei Sadim é especialista em colocar uma pessoa contra a outra, desfazer amizades e espalhar a desarmonia. Relacionamentos são um ponto particularmente sensível para ele. Como não consegue manter nenhum relacionamento saudável, morre de raiva ao ver o afeto sincero entre duas pessoas, ou a confiança que um chefe tem em um funcionário. E fará o que puder para puxar o tapete de suas vítimas. Tudo, é claro, em nome da “verdade” e da “justiça”.

Apropriação indébita — Muito cuidado ao expor uma idéia ou um projeto ao rei Sadim. Graças à sua memória seletiva, ele não se constrangerá de apropriar-se disso e apresentar como se fosse dele. Cuidado também ao pedir-lhe ajuda, mesmo que seja uma simples sugestão. Sadim poderá aproveitar-se da oportunidade para dizer depois que você roubou a idéia dele.

Basta fazer sucesso para atrair um Sadim que pode causar vários estragos

Não foram poucos os Sadins com os quais cruzei em minha vida. Na verdade, em cada etapa de implantação das minhas idéias, tive a oportunidade de topar com vários. Alguns se faziam passar por amigos e então, subitamente, mostravam quem realmente eram. Outros agiram como verdadeiros Sadins desde o início. O fato é que essas figuras são inevitáveis. Basta ter sucesso em alguma coisa para começar a atraí-las. Agora, o que não é inevitável é o estrago que elas podem causar em sua vida ou em sua carreira.

O que o Sadim mais deseja é reproduzir-se, é transformar você em Sadim. E consegue isso cada vez que uma de suas vítimas se sente acuada e acaba lançando mão das mesmas armas que ele: as reações iradas, a mesquinhez, o desejo de ir à forra a qualquer custo. Diz a sabedoria popular que a melhor vingança é viver bem, e essa é a arma ideal para neutralizar o Sadim e não se deixar contaminar por ele. Por mais que os Sadins aparecessem em meu cami-

nho, eu jamais me detive por causa deles, jamais desisti de perseguir meus sonhos, jamais abri mão dos meus valores nem deixei que meu bom-humor, meu entusiasmo e minha forma positiva de ver as coisas fossem deteriorados pelo rancor e pela mesquinhez desses reis sem coraços.

Em meu livro PDI — O Poder das Ideias, há um trecho do depoimento escrito por Jack Nicklaus, golfista considerado o melhor de todos os tempos, que é um verdadeiro antídoto contra os Sadins da vida. Nicklaus escreveu: “Tenho o orgulho de dizer que nunca desejei que um oponente perdesse um golpe ou uma tacada em nenhum momento em todos os anos em que competi no golfe. Ao contrário, preferi concentrar-me exclusivamente em dar meus completos e melhores esforços ao que eu necessitasse fazer para vencer, o que me permitiu viver confortavelmente comigo mesmo, fosse qual fosse o resultado. Além disso, nunca vi nem ouvi um jogador realmente bom torcer para que um oponente errasse, particularmente nos torneios profissionais. Existe uma série de ra-

ções para que isso, se ocorrer, seja algo tão raro: em primeiro lugar, existe a própria camaradagem do golfe. Os melhores jogadores em todas as fases do jogo, profissionais e amadores, certamente estão tentando fazer o melhor para vencer os demais em todas as oportunidades. Mas eles também necessitam viver entre eles enquanto o fazem e isso produz um laço entre eles que parece superar os lados mais negros até dos tipos mais competitivos de personalidade. Quando você passa por isso, sabe como dói jogar mal e perder e isso não o incentiva a desejar essa dor a uma pessoa que, mesmo que nem sempre seja um amigo no sentido completo da palavra, é pelo menos uma pessoa que compartilha as mesmas experiências e desafios que você.”

Por aí já dá para perceber por que Nicklaus é uma pessoa tão admirada e estimada dentro e fora dos campos de golfe. É pena que os Sadins não possam aprender nada com suas palavras, já que falta-lhes a humildade de reconhecer que têm algo a aprender.

ENTREVISTA Ricardo Bellino

Como aprender a ter sucesso na profissão

Combinar os estudos escolares com a experiência de empresários que triunfaram na vida empresarial é o mote da Escola da Vida, criado por Ricardo Bellino e José Carlos Semenzato

REDAÇÃO
SÃO PAULO

A Escola da Vida é um curso de capacitação para o sucesso. Nosso objetivo é fornecer ao aluno as ferramentas práticas necessárias para que ele possa desenvolver suas habilidades e competências em áreas essenciais como produtividade pessoal, comunicação, liderança e outras, de forma que ele possa descobrir e utilizar seu potencial para tornar-se um profissional bem-sucedido. A escola tradicional ensina uma profissão. A Escola da Vida Ensina a ter sucesso em sua profissão.

Gazeta Mercantil — Qual é o diferencial da Escola da Vida?

A Escola da Vida é curso sem similar. Temos vários diferenciais. A saber

a) Enfoque 100% prático. Nossa metodologia permite que todos os conceitos aprendidos sejam imediatamente aplicados na prática pelos alunos, de modo que eles possam começar a obter resultados concretos de uma aula para outra – antes mesmo de chegar ao fim do curso.

b) É o curso mais completo de capacitação para o sucesso porque trabalha todas as etapas necessárias ao desenvolvimento integral do aluno. Cada módulo e cada aula que o compõe foram planejados de modo a ajustar o conteúdo conceitual aos aspectos psicológicos, emocionais e motivacionais necessários para que o aluno possa ir da teoria à prática.

c) Metodologia inédita. Nossa metodologia foi formulada com base em pesquisas científicas de ponta em áreas como neurociência (estudo da realização física do processo de informação no sistema nervoso humano) e demais ciências cognitivas (algunha genérica para um conjunto de esforços interdisciplinares visando a compreender a mente e sua relação com o cérebro humano) que mostram como os hábitos se formam e como eles podem ser mudados e substituídos de maneira eficaz. Tudo isso foi adaptado a fim de desenvolver um sistema por meio do qual o aluno não

apenas aprende determinados conceitos, mas os transforma em hábitos (expressos por atitudes, posturas e comportamentos) orientados para a ascensão profissional. É isso que significa a capacitação para o sucesso.

d) Respaldo de histórias reais de empreendedores de sucesso. A comprovação dos efeitos práticos de todos os conceitos abordados pela Escola da Vida se dá não apenas pelos resultados práticos que o aluno obtém ao aplicá-los mas também pelas histórias de grandes empreendedores que são apresentadas ao longo do curso. Além de agirem como poderosos exemplos motivacionais, essas histórias constituem exemplos concretos de como esses conceitos funcionam na vida real – afinal, é da vida real que eles foram extraídos, ou seja, da experiência prática dos empreendedores de sucesso que aprenderam fazendo. Independentemente de terem ou não um diploma universitário, sua verdadeira formação se deu na vida – daí o nome de nosso curso. Assim, a Escola da Vida surge como um complemento essencial do ensino tradicional, porque ensinamos o que as escolas geralmente não ensinam: a ter sucesso.

GZM — A quem se destina a Escola da Vida?

A todos os que buscam o sucesso profissional: estudantes, recém-formados, profissionais em início de carreira, profissionais experientes que necessitam de reciclagem ou que querem incrementar suas carreiras, pessoas que querem ingressar ou voltar ao mercado de trabalho, pessoas interessadas em abrir seu próprio negócio ou dar um novo rumo à sua vida profissional etc.

GZM — De quem é a iniciativa da Escola da Vida e por que ela surgiu?

A Escola da Vida é uma iniciativa do empresário José Carlos Semenzato, fundador da MicroLins – a maior franquia de cursos profissionalizantes da América Latina – e de Ricardo Bellino, empresário, dealmaker



Ricardo Bellino lançou a Elite Models no Brasil e foi sócio do americano Donald Trump

e autor de sucesso, que tem em seu currículo cases bem sucedidos como a implantação da filial brasileira da Elite Models, a versão nacional da campanha O Câncer da Mama no Alvo da Moda, a primeira parceira com o magnata Donald Trump no Brasil, entre muitos outros. O fomento ao empreendedorismo sempre foi uma preocupação

constante para Semenzato e Bellino. Movido por esse ideal, eles decidiram somar seus talentos e experiências para atuar numa área essencial, mas que até então não estava recebendo a devida atenção: a formação de empreendedores e de intra-empresendedores de sucesso. A criação da Escola da Vida foi a forma que eles encontraram de preen-

cher essa lacuna crucial para o progresso individual e também do país – pois é a força empreendedora de seu povo que alavanca o desenvolvimento de uma nação.

GZM — Por que a Escola da Vida enfatiza os milionários sem diploma? Vocês estão sugerindo que a formação acadêmica é

desnecessária?

De modo algum. A Escola da Vida não tem como objetivo reduzir a importância do ensino acadêmico. Sua proposta é bem diferente. Queremos complementar o que se ensina nas escolas, ensinando o que não se aprende na sala de aula. Nosso objetivo é reduzir a distância que existe entre o ensino teórico e o conhecimento de aplicação prática. Acreditamos que a melhor forma de fazer isso é nos valendo da experiência e das lições de empreendedorismo daqueles que aprenderam fazendo. Na biografia de Albert Einstein, o autor Walter Isaacson, diretor do Aspen Institute e ex-presidente da CNN, diz: “A vantagem competitiva de uma sociedade não virá da eficiência com que a escola ensina multiplicação e tabela periódica, mas do modo como estimula a imaginação e a criatividade”. Isso não significa de forma alguma que a escola não deva ensinar – e bem – o que ela já ensina. Significa apenas que há outros aspectos que também devem ser enfatizados. E isso é especialmente verdadeiro no que se refere ao empreendedorismo. A Escola da Vida veio para somar, e não para subtrair.

“Nosso objetivo é reduzir a distância que existe entre o ensino teórico e a prática”

GZM — Não seria uma contradição ensinar numa escola as lições de pessoas que não fizeram escola?

Não é uma contradição, ao contrário. É isso que torna a Escola da Vida relevante. Vamos ensinar na nossa escola o que não se aprende na escola tradicional. E o que não se aprende na escola tradicional é como ser um empreendedor de sucesso. Os grandes empreendedores levaram anos para aprender isso na prática. Mesmo os que não possuem diploma universitário também foram alunos da vida. Os nossos alunos terão acesso à essência desse aprendizado prático em 6 meses de curso. Esse é um dos diferenciais que torna a Escola da Vida uma iniciativa inédita.

LIDERANÇA



Ricardo Bellino

Empreender é não se conformar

Uma história escrita pelo escritor argentino Julio Cortazar é uma boa metáfora para a situação que vivemos hoje no Brasil. No célebre conto A Casa Tomada, Cortazar nos fala de dois irmãos que, certo dia, ouvem ruídos estranhos vindos de um dos aposentos da residência onde moram. Convencidos de que a casa está sendo invadida por criaturas misteriosas, os irmãos decidem trancar o aposento e nunca mais colocar os pés lá. Eles tentam, então, retomar suas vidas de sempre, mas eis que surgem novos ruídos suspeitos vindos de outro cômodo da casa. Os irmãos recorrem à mesma tática, e contentam-se em viver num espaço cada vez mais reduzido. Até que, por fim, a casa inteira é “tomada” pelos misteriosos invasores. Os dois irmãos trancam a casa, jogam a chave fora e a abandonam para nunca mais voltar.

Assim como os personagens de Cortazar, nós também adotamos a tática de abandonar os “cômodos invadidos” e a viver num espaço cada vez mais reduzido. Se os hospitais públicos não funcionam como deveriam, nos contentamos em pagar serviços médicos privados e evitamos até mesmo passar na porta de um hospital público. Se as escolas públicas são ruins, co-

locamos nossos filhos em estabelecimentos particulares de ensino e esquecemos o assunto. Se existem assaltos frequentes em determinadas ruas, evitamos passar por ela. Se algum bairro ou região é alvo de violência constante, nós o riscamos de nosso mapa. E quanto às pessoas que precisam viver, ou trabalhar, ou estudar, ou se medicar nesses lugares... Bem, o problema não é nosso. O governo é que deveria fazer alguma coisa. Como os dois irmãos do conto, agimos como se es-

Como os personagens de Cortazar, adotamos táticas de abandonar “cômodos invadidos” e viver em espaço reduzido

ses espaços não mais nos pertencessem. E vamos criando nossa própria geografia: a geografia do medo e do desinteresse.

Contudo, há aqueles que não se conformam. É o caso, por exemplo, de Jorge Gerdau Johannpeter, o presidente do Grupo Gerdau. Do no de um conglomerado multinacional, Jorge Gerdau com certeza não precisa recorrer aos serviços de um hospital público. Mas nem por isso ele faz de conta que esses lugares não existem. Ao contrá-

rio. Gerdau lidera a Associação Qualidade RS, movimento que tenta agregar eficiência a instituições públicas e privadas. Como isso é possível? Há um exemplo de sucesso que Gerdau costuma contar. Após iniciar um extenso programa de gestão, a Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre (RS), que atende 4 mil pessoas por dia, tem um custo para o estado de 95 milhões de reais. Outro hospital público de Porto Alegre, que oferece um atendimento de pior qualidade, pertence ao governo federal e atende 4. 400 pessoas por dia, custa 495 milhões de reais aos cofres públicos.

Há muitos outros empreendedores por aí mostrando para aqueles que acham que a solução é “trancar a casa e jogar a chave fora” que é possível, sim, reivindicar e recuperar os espaços que pertencem a todos nós, como indivíduos e cidadãos. É o caso de Miguel Krigsner e a Fundação O Boticário, de Luiz Antonio Seabra e a Fundação Natura, de Sérgio Amoroso e da Fundação Orsa, de Luiz Norberto Paschoal e da Fundação Educar, e de muitos outros que acreditam que não há realidade que não possa ser melhorada. Para eles, empreender é não se conformar.

RESULTADO

Uma centena de empreendedores históricos e contemporâneos

REDAÇÃO
SÃO PAULO

Os critérios utilizados para a escolha dos “100 Empreendedores” da primeira parte da lista, reúne os mais históricos e que exerceram papel de destaque no desenvolvimento do país. A segunda, reúne empreendedores contemporâneos como Cecílio do Rego Almeida que faleceu este ano.

Constam da lista dos empreendedores históricos, o Visconde de Mauá (pioneiro do Banco do Brasil); Delmiro Gouveia (pioneiro da industrialização); Luiz Vicente de Souza Queiroz (precursor do agronegócio brasileiro); Nami Jafet (Estaleiro Cruzeiro do Sul, a Cia. de Navegação Internacional, as Usinas de Laminação de Ferro São José, Santa Olímpia e São Francisco, a Mineradora Geral do Brasil Ltda, o Banco Cruzeiro do Sul e a Codig); Rubem Berta (Varig); Francesco Matarazzo e Guilherme Guinle (Docas de Santos); Wolf Klabin (Grupo Klabin-Lafer); Valentim dos Santos Diniz (Grupo Pão de Açúcar); Leon Feffer (Grupo Suzano); José Ermírio de Moraes (Grupo Votorantim); Assis Chateaubriand (Diários Associados); Johannes Heinrich Kaspar Gerdau, ou João Gerdau – (Grupo Gerdau); Atílio Fontana, (Sadia); Amador Aguiar (Bradesco); Henrique Meyerfreund (Garoto); Hans Stern (H. Stern); Roberto Marinho (Organizações Globo); Rolim Amaro (TAM); Victor Civita, Abril; Luis

Dumont Villares (Atlas e Aços Villares); Sebastião Camargo (Camarago Correa).

Já na lista de empreendedores contemporâneos contamos com: Miguel Krigsner (O Boticário); Abraham Kasinski (Cofap); Alair Martins (Martins Atacadista); Antonio Ermírio de Moraes (Grupo Votorantim); Lírio Parisotto (Vi-deolar); Guilherme Paulus (CVC); Jorge Gerdau Johannpeter (Grupo Gerdau); Samuel Klein (Casas Bahia); Viviane Senna (Fundação Ayrton Senna); Amir Slama (Rosa Chá); Arri Coser (Fogo de Chão); Daniel Feffer Edson de Godoy Bueno (Amil); Eike Baptista (EBX); Henrique Alves Pinto (Tenda); Marcio Utsch (Alpargatas); Jair Grubisch (Brasken); Marco Antonio Bologna Roger Agnelli (CVRD); Ricardo K. (Brasil Telecom); João Carlos Martins (empreendedor artístico e social); Silvio Santos (Grupo Silvio Santos); Amilcare Dalevo (Rede TV); José Alencar (Coteminas); Laércio Cosentino (Microsiga); Luiz Seabra (Natura); Marco Aurélio Garib (EverSystems); Fernando Terni (Nokia, Schincariol); Marcos de Moraes (ZipNet, Sagatiba); José Carlos Semenzato (MicroLins); Victor Sialyus (Laboratórios Aché); Fabrizio Fasano; Amaury Jr. (empreendedor artístico); Nelson Tanure (Grupo CBM); João Carlos Di Genio (Objetivo); Walter Torre (WTorre); Albino Bachi (Artefacto); Antonio Carbonari Netto (F.Anhanguera); Miguel Abuhamá

(Datasul); Abílio Diniz (Grupo Pão de Açúcar); Zica (Beleza Natural); Luiza Helena Trajano (Magazine Luiza); Ivan Zurita (Nestlé); Washington Olivetto (W Brasil); Nizan Guanaes (Grupo AVC); Yolanda Queiroz (Grupo Edson Queiroz); Ricardo Semler (Semco); Romeu Chap Chap (Construtora Chap Chap); Joseph Safra (Banco Safra); Carlos Tilkian (Estrela); Milu Villela (Instituto Itau/MAM); Roberto Duailibi (DPZ); Carlos Alberto Carneiro (Casa do Pão de Queijo); Salim Mattar (Localiza); Máximo Bauducco (Bauducco); Alexandre Accioly (A4); Sérgio Amoroso (Grupo Orsa); Luiz Norberto Paschoal (DPaschoal); Alberto Saraiva (Habib's); Carlos Sanches (EMS – maior farmacêutica brasileira); Norberto Odebrecht (Construtora Odebrecht); Meyer Joseph Nigri (fundador da Tecnisa); Hugo Rosa (Método Engenharia); J.Hawilla (Traffic); Angelo Salton (Vinícola Salton); Carlos Miele (M.Officer); Alexandre Grendene (Grendene); Pedro Grendene (Grendene); Jorge Paulo Lehmann (Ambev); Rubens Ometto Silveira Mello (Cosan); Eli Horn (Cyrela); Aloysio de Andrade Faria (Grupo Alfa); Eliezer Steinbruch (Grupo Vicunha); Aleksander Mandic (Mandic); Helder Couto Mendonça (Forno de Minas); Oded Grajew (empreendedor social – Fundação Abring e Ethos); Marcos Wettreich (iBest); e Cecílio do Rego Almeida (Grupo C.R. Almeida).

SAGAS

Histórias de vida que servem como exemplo

Uma vida inteira dedicada ao trabalho é o segredo de uma carreira brilhante

REDAÇÃO
SÃO PAULO

Construir algo do nada é tarefa para poucos. Conheça algumas histórias de quem ajuda o Brasil a estar no topo das listas dos empresários mais bem-sucedidos do mundo empresarial.

Visconde de Mauá

Um dos grandes nomes do empreendedorismo no Brasil, Irineu Evangelista de Sousa, que entrou para a História como Visconde de Mauá, nasceu na cidade de Arroio Grande, distrito de Jaguarão, no Rio Grande do Sul, em 1813. Mauá foi um dos precursores da industrialização no Brasil, tendo construído o primeiro estaleiro de construções navais do País, em 1846. A primeira agência do Banco foi criada ainda em 1808, após decreto do príncipe regente D. João. Mas devido ao saque de volumosa quantia por parte da corte e ao retorno de D. João para Portugal, este banco veio a falir logo depois. Em 1851, Irineu Evangelista funda sua primeira instituição bancária, o segundo Banco do Brasil. Este banco, em 1853, iria se fundir, por determinação legislativa, com o Banco Comercial do Rio de Janeiro, instituição criada em 1838 por François Ignace Ratton.

Esta não foi a única incursão do Visconde de Mauá no segmento bancário. Após a fusão com o Banco Comercial, inaugurou, no final dos anos 1850, o Banco Mauá, MacGregor & Cia, primeira instituição financeira nacional a ter filiais em outras capitais do mundo. O Banco Mauá esteve presente nas cidades de Londres, Nova York, Paris, Montevideú e Buenos Aires. O Visconde de Mauá também foi responsável por inovações em outras áreas. Fundou a Companhia de Iluminação a Gás do Rio de Janeiro, inaugurou o primeiro trecho da Estrada de Ferro de Petrópolis, construiu a ferrovia Santos-Jundiá e trouxe para o Brasil o telégrafo submarino, feito que lhe rendeu o título de Visconde de Mauá. Faleceu em Petrópolis, Rio de Janeiro, no dia 21 de outubro de 1889, poucos dias antes da Proclamação da República.

Assis Chateaubriand

Nascido em Umbuzeiro, na Paraíba, em 1891, Francisco de Assis Chateaubriand Bandeira de Melo entraria para a história como o criador do maior império de comunicações do século XX, os Diários Associados, que chegaram a somar 36 jornais, 18 revistas, entre elas a revista O Cruzeiro, referência jornalística na época, 36 rádios e 18 emissoras de televisão em todo o País. Também foi o criador do Museu de Arte de São Paulo – MASP, inaugurado em 1947. Formado em Direito, jornalista desde os 15 anos de idade, Assis Chateaubriand ficou conhecido por seu temperamento explosivo e polêmico. Desde o início de sua carreira, em Pernambuco, notabilizou-se por comandar polêmicas com grandes figuras políticas. Mas sua trajetória como jornalista se consolidou mesmo nas redações cariocas. Em 1924 adquire O Jornal, periódico carioca que seria a pedra fundamental de seu império. No ano seguinte estendeu seus domínios à capital paulista, comprando o Diário da Noite.

Em 1935, Chateaubriand inaugurou a Rádio Tupi, no Rio de Janeiro. Dois anos depois a emissora chegou a São Paulo, sendo que, no momento de sua inauguração, a Tupi paulista era a rádio mais potente da América Latina. E foi em São Paulo também que o empresário resolveu sediar os estúdios da primeira emissora de TV brasileira, a TV Tupi, inaugurada dia 18 de setembro de 1950. Nos anos 1960, Assis Chateaubriand adoece. A partir daí seu



O banqueiro Olavo Egydio Setubal (1923-2008) fundou uma das instituições mais respeitadas do sistema bancário brasileiro: o Itaú. Também foi chanceler e político

LEONARDO SOARES/GAZETA MERCANTIL

CASAS BAHIA/DIVULGAÇÃO

império também começa a ruir. Com a doença de seu criador, as empresas que integravam os Diários Associados começaram a entrar em colapso, enquanto outro império das comunicações, as Organizações Globo, conglomerado comandado por Roberto Marinho, começava a surgir. Chateaubriand faleceu em 1968, e o comando dos Diários Associados foi transferido para um grupo de 22 funcionários.

Samuel Klein

Samuel Klein começou a trabalhar com o pai como marceneiro até a invasão dos nazistas, quando foi levado para um campo de concentração durante a Segunda Guerra Mundial junto com o pai. Com a libertação da Polônia, voltou para sua antiga casa, totalmente arrasada. Trabalhou numa pequena fazenda nas proximidades em troca de comida. Com o fim da guerra, encontrou-se com a irmã Sezia e o irmão Salomon. Depois da guerra, os irmãos Klein foram para a Alemanha, onde reencontraram o pai. Samuel viveu em Munique de 1946 a 1951. Nesta grande cidade alemã, Samuel conheceu Chana, com quem se casou. Ele queria emigrar para os Estados Unidos, mas a cota de emigração estava cheia. Decidiu ir para a América do Sul, onde tinha amigos. Conseguiu um visto para a Bolívia, mas, por causa de disputas políticas, decidiu viajar para o Brasil.

Em São Paulo, estabeleceu-se em São Caetano do Sul e começou a trabalhar como mascate, vendendo roupas de cama, mesa e banho de porta em porta, com uma charrete. Em cinco anos de dedicado trabalho, conseguiu capital para abrir sua primeira loja, chamada Casas Bahia. Foi a maneira que encontrou de homenagear seus clientes, em sua maioria retirantes baianos que também vinham tentar a sorte no Sul.

Ele criou uma das maiores cadeias de varejo brasileira, com 500 lojas e o maior depósito de distribuição da América Latina.

Abílio Diniz

Abílio é o primogênito de Valentim Diniz, imigrante português que chegou ao Brasil em 1929 e abriu uma doceria chamada Pão de Açúcar. Formou-se na Escola de Administração de Empresas de São Paulo, mantida pela



Abílio Diniz transformou a doceria do pai em uma rede poderosa

Fundação Getúlio Vargas e fez pós-graduação em Michigan, nos Estados Unidos. Ingressou na empresa do pai aos 20 anos, como gerente de vendas e em 1959, com o que aprendeu, fundou o primeiro supermercado do grupo. No fim dos anos 80, com a recessão trazida pelos planos econômicos, fechou um terço de suas lojas e demitiu 23 mil funcionários. Em 1995, abriu o capital de sua empresa. Em 1999, o grupo francês Casino assume 24% do capital votante do grupo. Em 2000, inicia um processo de reengenharia e hoje, tem nas mãos uma das maiores redes de varejo do país. Além dos supermercados Pão de Açúcar e Comprehem, fazem parte da rede o hipermercado Extra e as lojas de eletrodomésticos Extra-Eleto e as lojas do supermercado Sendas. Hoje é presidente do Conselho de Administração.

Olavo Egydio Setubal

Foi engenheiro, professor universitário, industrial, banqueiro, chanceler e político brasileiro.



Samuel Klein sobreviveu à guerra e criou uma gigante do varejo

ARMANDO FAVARO/EDITORIA ECO

Formado pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, começou sua carreira empresarial ao fundar a Deca, indústria especializada em louças sanitárias. Depois, Setubal foi o responsável pelo crescimento e expansão do Banco Itaú, um dos maiores do setor bancário brasileiro. Nasceu em 1923 e faleceu esse ano.

Antônio Ermírio de Moraes

É engenheiro e industrial brasileiro formado em engenharia metalúrgica pela Colorado School of Mines. Presidente e membro do conselho de administração do Grupo Votorantim, Antônio Ermírio é a terceira geração que comanda o grupo fundado por seu avô, o imigrante português Antônio Pereira Inácio. O Grupo Votorantim tem mais de 60 mil funcionários e é líder nas áreas de cimento, celulose, papel, alumínio, zinco, níquel, aços longos, especialidades químicas e suco de laranja. A fortuna pessoal do empresário é estimada em US\$ 10 bi, o que o torna uma das pessoas mais ricas do mundo.



Antônio Ermírio de Moraes comanda império do cimento