

FRANQUIA: ESTRATÉGIAS PARA A MODA JOVEM

INOVAÇÃO: SEBRAE BATE À SUA PORTA

www.empreendedor.com.br

empreendedor

ANO 15 Nº 174 ABRIL 2009

R\$ 9,90



EMPREENDEADOR - REMÉDIO CERTO - ANO 15 Nº 174 ABRIL 2009

Remédio certo

A receita de quem salvou a empresa após estar à beira da falência

A VOZ DA EXPERIÊNCIA: AS LIÇÕES DE VIDA DO NEGOCIADOR DE SUCESSO RICARDO BELLINO

■ Negociador implacável

Especialista em fechar (bons) negócios, Bellino nunca esmorece diante da primeira negativa, muito menos de desafios

por Diogo Honorato
honorato@empreendedor.com.br

O dealmaker (executor de acordos) Ricardo Bellino gosta de contar histórias, principalmente as suas. E ele tem muitas. Como aquela façanha que se espalhou pelo mundo corporativo em 2003, quando Bellino conseguiu uma reunião com o bilionário Donald Trump para lhe apresentar uma proposta de investimento no Brasil. Ele sabia que o americano estava buscando oportunidades em outros países, mas ainda não fechara nenhuma parceria. Trump tinha o dinheiro, e Bellino, a ideia: criar um clube exclusivo de golfe que reunisse as 500 mais importantes personalidades de negócios e celebridades da América Latina e que funcionasse como uma base para outros projetos de Trump na região. Bellino não tinha experiência no ramo imobiliário, nem sabia jogar golfe, mas acreditava que o negócio daria certo. Essa convicção foi colocada à prova quando Trump recebeu o brasileiro com a frase “você tem três minutos”.

“A dinâmica do diálogo mudou completamente. Nós ficamos chocados com aquela ‘quase ameaça’, porque implicitamente estávamos sendo convidados a sair após a apresentação”, conta Bellino. Contra a parede, o dealmaker improvisou uma tática parecida com a usada por Sherazade, narradora do romance persa Mil e uma noites, que instigava a continuação de uma história para não ser assassinada. “Em vez de dar respostas, resolvi formular perguntas para ver o quanto ele conhecia sobre o Brasil e nosso mercado de luxo.

Perguntei se ele sabia que tínhamos a segunda maior frota de jatos privados do mundo e nossa estatística de venda de carros importados”, relembra. Após apresentar esse cenário, houve uma mudança de perspectiva. Bellino conseguiu projetar a marca Trump no mercado de luxo brasileiro exatamente onde o magnata pretendia estar. “Creio que houve uma simpatia pela forma que a gente apresentou a ideia”, avalia. Com Donald Trump interessado em ouvir, a conversa prosseguiu. Após 30 minutos, o americano estava convencido de que se tratava de um bom negócio e Ricardo Bellino deixou o escritório, sim, mas com uma carta de intenções que indicava a possibilidade de investir US\$ 40 milhões no novo empreendimento.

A história preferida de Bellino, no entanto, aconteceu há 22 anos, quando ainda era acadêmico de Economia e conheceu o trabalho da agência americana de modelos Elite Models lendo uma revista. Naquele momento, ele fixou em sua mente a intenção de trazer o negócio para o Brasil e mostrar para o mundo os talentos tropicais. Os amigos acharam que ele estava louco. Seu inglês era o que aprendeu no colégio e ele não tinha dinheiro para viajar para os Estados Unidos, muito menos para trazer a agência para o Brasil. Mesmo assim escreveu para John Casablancas, fundador da Elite, com a ajuda de um amigo. Só na terceira correspondência conseguiu marcar uma reunião. “Eu nunca vejo essas dificuldades como impeditivos. Eu tinha um objetivo claro, que era ir lá e fazer uma proposta de negócio. O resto foram desafios que eu fui matando um a um”, diz Bellino,





Ricardo Bellino

Nascimento: 1965, em Petrópolis (RJ)

Formação: Superior incompleto

Empresa: Gold & Bell Deals

Ramo de atuação: Prospecção e
estruturação de negócios

Cidades-sede: Rio de Janeiro/Miami (EUA)

A VOZ DA EXPERIÊNCIA

Bellino e seu sócio Samuel Goldstein se consideram empreendedores seriais

que se considera um “otimista patológico”.

Para ir até lá, Bellino aproveitou a dica do amigo de infância Samuel Goldstein (hoje sócio na Gold & Bell Deals), que lhe contou sobre uma nova companhia multinacional recém-chegada ao Brasil que permitia a jovens estudantes viajar para os Estados Unidos em suas aeronaves, desde que trabalhassem como carteiros da empresa. Ele topou e também não se importou em dormir em albergue nem em comer hambúrguer por uma semana. Mas, no primeiro encontro, descobriu que a real intenção era vender uma franquia. Em mais seis ocasiões insistiu que seu propósito era conseguir uma parceria para levar o concurso Elite Models para o Brasil. Casablanca acabou gostando da ideia do garoto e lhe enviou material de apoio e uma carta que autorizava Ricardo Bellino a falar em nome da Elite. Depois de mais cinco meses batendo perna, finalmente conseguiu o aporte financeiro da Ellus e realizou os concursos da Elite no País. Mesmo que indiretamente, é graças a Bellino que o mundo conhece tops como Adriana Lima e Gisele Bündchen, reveladas pela filial brasileira da agência.

A faculdade de Economia ele largou e nunca mais se interessou em retomar. Seguindo o conselho de seu advogado, que acreditava na vocação de seu cliente, Bellino chegou a iniciar um curso de Direito. Mas a perspectiva de um novo projeto – o da primeira modelo virtual do mundo (batizada de Webbie Tookay) – o obrigou a abandonar a faculdade logo nas primeiras semanas. Apesar disso, Bellino não lamenta. “Eu não sinto falta de nenhum conhecimento técnico. Acredito que nada supera a prática. Minha vida foi construída de experiências, erros e conselhos que me ajudaram muito”, reflete Bellino. Para mostrar que é possível ter um negócio de sucesso mesmo sem uma graduação, Bellino fundou em 2005 o Instituto Empreendedor (Inemp). Um dos projetos do Instituto, chamado de Escola da Vida (homônimo ao livro lançado por Ricardo Bellino e José Semenza, do grupo Microlins, em 2008), se propõe a transmitir os conhecimentos adquiridos na prática por grandes empreendedores como Samuel Klein (Casas Bahia), Rolim Adolfo Amaro (TAM) e Silvio Santos.

O projeto deve começar a partir de agosto, através de cursos sobre empreendedorismo que vão desenvolver a capacidade de empreender dos jovens, o que muitas faculdades não conseguem. “Podemos identificar casos emblemáticos, nas principais companhias do mundo, de

empreendedores que são autodidatas, formados na 'escola da vida'. Então alguma coisa não está funcionando muito bem nessa dinâmica de colocar uma pessoa dentro da sala de aula durante quatro anos e que não resultam em nada prático", opina Bellino, ponderando que esse raciocínio só é válido para áreas voltadas para questões humanas, como o marketing, e não para funções técnicas, como engenharia. "Eu não passaria em um túnel projetado por um autodidata", brinca.

Escola da vida

Ricardo Bellino não teve a oportunidade de aprender em um curso o que a vida profissional ministra. Contudo, aprendeu logo cedo como ganhar dinheiro. "Eu tive um grande mentor e inspirador, que foi meu avô paterno. Ele mudou de Portugal para o Brasil ainda adolescente, ensacou café e foi mascate, vendeu tecido em lombo de burro e acabou formando um comércio muito importante de tecidos finos no Estado da Guanabara, a Econ-
text. Para mim, ele foi o primeiro e legítimo exemplo da Escola da Vida", revela. Quando pequeno, era o escritório do avô que Bellino costumava frequentar durante as férias, sem nunca perder a oportunidade de acompanhá-lo em almoços de negócios e assim poder escutar suas histórias. Quando adolescentes, ele e o amigo Samuel Goldstein iniciaram uma atividade de pintura e vendas de camisetas e tiveram a satisfação de vender todo o estoque de peças com emblemas da Fórmula 1 durante a realização de um grande prêmio no Rio de Janeiro, inclusive a do corpo.

Depois do avô, sua principal referência foi o próprio John Casablancas, com quem ele diz ter aprendido muito e que o ajudou a abrir novas portas. Foi através da proximidade que Bellino tinha com o agenciador que conseguiu viabilizar os projetos da primeira modelo virtual e da Villa Trump. "Mas todo esse aprendizado teria ficado em uma dimensão utópica se eu não tivesse experimentado, corrido riscos, errado e acertado." Os relacionamentos, aliás, merecem posição de destaque nas lições do empreendedor. Para ele, "nenhuma teoria administrativa consegue sobreviver à falta de conhecimento sobre as relações humanas. O grande problema que existe está na forma com que você lida com as pessoas, que deve gerar o mínimo de resistência possível". Graças ao

seu bom relacionamento com diversos profissionais, afirma que sempre reuniu as pessoas certas para criar e buscar a viabilidade de um negócio. Para apoiar seus projetos grandiosos, ter como braço direito o amigo Samuel Goldstein também foi fundamental. Bellino, responsável por vender os conceitos, e Goldstein, encarregado de estruturar e gerenciar os projetos. Ambos em uma simbiose de sucesso. "Eu não consigo me imaginar operando individualmente", admite.

Como dealmaker, ou "fechador de negócios", Bellino acumula diversos projetos bem-sucedidos: na sequência da parceria com a Elite Models, arquitetou a versão brasileira da campanha "Câncer de Mama no Alvo da Moda", fenômeno de vendas da marca Hering. Inquieto, ele está sempre em busca de novos negócios e desafios. Por isso, os sócios se consideram "empreendedores seriais". O mais recente desses projetos veio da percepção de uma oportunidade de negócio voltado para brasileiros no exterior. "Esses imigrantes são completamente ignorados pelo mercado", afirma. A proposta, que já tem a rede Record e a Ponto Frio como apoiadores, pretende auxiliar os brasileiros a aplicar seus rendimentos novamente no Brasil, seja em um imóvel ou em eletrodomésticos.

Em todos os projetos, os sócios da Gold & Bell se envolvem apenas com busca de oportunidades e estruturação das ideias. "Nossos resultados estão muito mais ligados ao modo como projetamos a visão de marketing desses negócios, à venda de percepções de valor e à busca de parceiros do que nossa capacidade técnica em executá-la", explica. Por isso, o final das histórias que Bellino conta nem sempre tem um final feliz. Como ele mesmo admite, "o mais interessante é o caminho que foi traçado, mais até que o desfecho". A construção da Villa Trump, por exemplo, nunca se concretizou. Logo o projeto que mais promoveu a dupla. Em função de uma descaracterização do projeto original, ocorrida após Bellino e Goldstein venderem suas participações e partirem para outra empreitada, o próprio Donald Trump decidiu abandonar o negócio. O que não deixa de ser mais uma lição para os aprendizes de empreendedores. 

LINHA DIRETA

Ricardo Bellino: www.goldbell.com.br



CISA DA PHOTO

BÚSSOLA EMPRESARIAL



O QUE FAZER

- ▶ Tire da cabeça as mentiras de que é preciso ter dinheiro, diploma ou amigos influentes para alcançar voos mais altos
- ▶ Aprenda a correr risco. Na dúvida, pergunte-se: se não tenho nada a perder, por que não?
- ▶ Acredite no impossível. O que parece improvável é apenas a indicação de que ninguém tentou
- ▶ Entenda o que realmente é importante para você



O QUE NÃO FAZER

- ▶ Não deixe de fazer o que você acredita que consegue
- ▶ Não se deixe influenciar pelas pessoas que tentam lhe convencer de que você não deve fazer
- ▶ Não deixe de ser ético, independente das circunstâncias