

ROGÉRIO GABRIEL
COM JOAQUIM CASTANHEIRA

Do chão ao topo

*A saga do empreendedor
que criou a maior rede de escolas
profissionalizantes do mundo*

APRESENTAÇÕES

Pedro Luiz Passos

Juliano Seabra e Luiz Guilherme Manzano

Mauricio de Sousa



PORTFOLIO
PENGUIN

Copyright © 2017 by Rogério Gabriel

A Portfolio-Penguin é uma divisão da Editora Schwarcz S.A.

PORTFOLIO and the pictorial representation of the javelin thrower are trademarks of Penguin Group (USA) Inc. and are used under license. PENGUIN is a trademark of Penguin Books Limited and is used under license.

*Grafia atualizada segundo o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990,
que entrou em vigor no Brasil em 2009.*

CAPA Mikka Mori e Eduardo Foresti

FOTO DE CAPA Rafael Roncato

IMAGENS DE MIOLO pp.1, 2, 3 (acima), 5, 6: acervo pessoal; p. 3 (abaixo): Roberto Setton/ Abril Comunicações S/A; p. 4: MoveEdu/ divulgação

PREPARAÇÃO Alexandre Boide

REVISÃO Jane Pessoa e Adriana Bairrada

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Gabriel, Rogério

Do chão ao topo : a saga do empreendedor que criou a maior rede de escolas profissionalizantes do mundo / Rogério Gabriel, com Joaquim Castanheira. —
1ª ed. — São Paulo : Portfolio-Penguin, 2017.

ISBN 978-85-8285-061-9

1. Educação profissionalizante – Brasil 2. Empreendedores – Biografia 3. Gabriel, Rogério 4. MoveEdu
I. Título.

17-07648

CDD-338.04092

Índice para catálogo sistemático:

1. Empreendedores : Biografia 338.04092

[2017]

Todos os direitos desta edição reservados à

EDITORIA SCHWARCZ S.A.

Rua Bandeira Paulista, 702, cj. 32

04532-002 — São Paulo — SP

Telefone: (11) 3707-3500

www.portfolio-penguin.com.br

atendimentoaoeditor@portfolio-penguin.com.br

SUMÁRIO

Um tropeço e o sucesso 7

por Pedro Luiz Passos

“Transformar a vida de uma pessoa é bom;
mudar a de mais de meio milhão é incrível” 11

por Juliano Seabra e Luiz Guilherme Manzano

Educação e empreendedorismo 15

por Mauricio de Sousa

INTRODUÇÃO

Um propósito; um negócio 19

1. Respeito às raízes: O empreendedorismo também nasce em casa 25
2. Sonho grande: A sacada da Precisão 39
3. Resiliência e esforço: A regra do jogo mudou 53
4. Inovação: A MoveEdu e o aprendizado da educação 75
5. Parceria: O franchising serve para você? 87
6. Ousadia: A hora de diversificar 99
7. Liderança: A empresa é um sucesso. E agora? 113

UM TROPEÇO E O SUCESSO

Um dos grandes desafios do Brasil é colocar a economia na rota de um crescimento vigoroso e consistente. Só assim será possível resolver os problemas sociais que nos afligem e dar perspectiva de um futuro promissor aos brasileiros. Nessa jornada, não podemos abrir mão do poder de transformação que o empreendedorismo carrega dentro de si — ele está na raiz dos processos de desenvolvimento econômico mais relevantes desde o início do século XX, como mostram os casos dos Estados Unidos, do Japão, da Coreia do Sul e, mais recentemente, da China.

Empreendedores são homens e mulheres que, imbuídos de uma ideia e de um propósito, não sossegam antes de colocá-los em prática e transformá-los em atividades de forte impacto social. E, durante sua trajetória, enfrentam uma série de obstáculos de ordem legal, tributária e regulatória. Mas nem por isso deixamos de encontrar exemplos de gente que superou esses entraves e criou empresas inovadoras e bem-sucedidas.

Rogério Gabriel fundou uma pequena escola de informática em 2004 e, como ele descreve em *Do chão ao topo*, nesse curto intervalo transformou a MoveEdu na maior rede de ensino profissionalizante do mundo. Eu o conheci quando participei do painel de aprovação

de seu nome como Empreendedor da Endeavor, entidade da qual sou membro do conselho.

Uma de suas iniciativas mais ousadas ocorreu em meados de 2017, ao adquirir três redes de escolas pertencentes ao grupo britânico Pearson: a S.O.S, a Microlins e a People. Esse passo arrojado, característico de seu ímpeto realizador, demonstra o potencial do empreendedorismo brasileiro, uma força que infelizmente está longe de se manifestar em toda sua plenitude.

Segundo o Global Entrepreneurship Monitor, projeto conduzido pela London Business School, um terço dos brasileiros entre dezoito e 64 anos dedica-se ao próprio negócio — o maior índice entre os 68 países pesquisados. Mas boa parte desse universo escolheu tal caminho por necessidade, e não por vocação. Esse tipo de empreendedorismo é importante para minimizar os efeitos do desemprego, embora não traga para a sociedade os mesmos benefícios do chamado empreendedorismo de alto impacto, que gera efeitos econômicos e sociais graças ao seu dinamismo e à intensidade de sua inovação. A MoveEdu, por exemplo, atende hoje cerca de 400 mil alunos, que sairão dos cursos com uma capacitação profissional que pode mudar suas vidas e a de suas famílias. Enfim, um enorme impacto social.

A questão é como fazer com que casos como o de Rogério Gabriel se multipliquem no Brasil. Em primeiro lugar, é necessário estabelecer condições mais propícias para o surgimento e o fortalecimento de novos negócios. A estrutura tributária, por exemplo, é um empecilho, em função de sua complexidade e do alto custo exigido para administrar uma infinidade de impostos, taxas e contribuições. As imensas barreiras burocráticas também precisam ser removidas, facilitando a obtenção de licenças e da documentação para criar e consolidar empreendimentos.

A carga fiscal é, em geral, elevada para qualquer atividade econômica e, em particular, para negócios em sua fase inicial. Mais: as fontes de financiamento públicas e privadas ainda são escassas.

Enquanto não conta com um ambiente de negócios mais amigável, o país depende da vontade férrea de gente que não sucumbe às adversidades e persiste no sonho de construir algo que fará diferen-

ça. Antes da MoveEdu, Rogério Gabriel fundou uma rede de lojas de produtos de informática que chegou a ter oito unidades. Tempos depois, quebrou e perdeu quase todo o seu patrimônio pessoal, conforme relatado nestas páginas. Reergueu-se a partir da pequena escola de informática aberta em 2004. Sua história mostra que o insucesso pontual muitas vezes é parte do aprendizado para a construção de um negócio pujante e sustentável.

PEDRO LUIZ PASSOS

Cofundador da Natura

Membro do conselho da Endeavor

“TRANSFORMAR A VIDA DE UMA PESSOA É BOM; MUDAR A DE MAIS DE MEIO MILHÃO É INCRÍVEL”

Nove de junho de 2011, o dia em que Rogério Gabriel e a Endeavor se conheceram. Tínhamos estudado as redes de educação que se multiplicavam pelo sistema de franquias, e a Prepara chamava muita atenção já naquela época — pelo crescimento acelerado e por estar posicionada entre as melhores do setor mesmo com poucos anos de fundação. Tentávamos contato com o Rogério havia semanas e fomos para a feira da Associação Brasileira de Franchising (ABF) fados em bater no estande da Prepara à sua procura.

No começo ele reagiu desconfiado, não conhecia muito bem o trabalho da Endeavor e deve ter achado tudo aquilo muito estranho. “Quem são essas pessoas me convidando para participar de um processo seletivo? Quem é essa Endeavor? ONG de apoio a empreendedores?” Foram algumas das perguntas que certamente passaram por sua cabeça.

Como estava muito ocupado recebendo potenciais franqueados e vendendo o sonho grande da Prepara, que um dia seria uma das maiores redes não só de ensino, mas de franquias do Brasil, ele sugeriu que o encontrássemos na unidade Santana, em São Paulo, no dia 21 de junho, às quatro da tarde. Ele faria uma apresentação mais íntima para alguns candidatos a franqueados, uma ótima oportu-

nidade para conhecer melhor o negócio e depois conversar com ele com mais calma.

Fomos encontrá-lo mais uma vez e ouvimos atentamente cada detalhe da apresentação. Conforme o Rogério palestrava, nos encantávamos cada vez mais! (Acho que só não comprei uma unidade da Prepara porque não tinha dinheiro guardado...) Naquele momento tivemos uma forte intuição de que estávamos diante de um futuro Empreendedor Endeavor. Imagine a nossa felicidade: analisamos milhares de empresas por ano em todo o Brasil para encontrar em média doze cujos empreendedores receberão nosso apoio. Dias como aquele eram muito raros!

Rogério conheceu melhor o trabalho da Endeavor e conseguimos vencer sua desconfiança inicial. Nos meses seguintes se sucederam inúmeras conversas com mentores da Endeavor, responsáveis por sabatinar o Rogério, até que ele chegou à última etapa nacional do nosso processo seletivo: apresentar seu negócio para o conselho da Endeavor, composto por Jorge Paulo Lemann, Beto Sicupira, Pedro Passos, Laércio Cosentino, Fábio Barbosa, entre outros.

Rogério foi muito bem! Lembramos como se fosse ontem.

Ao final da apresentação, Beto e Jorge começaram a cochichar. “Ele vai crescer demais”, um dizia, enquanto o outro respondia: “E nem vai precisar de investimento!”. Ouvir a opinião daquela banca tão qualificada só reforçava nossa confiança no Rogério e no sonho em construção da Prepara.

Etapa nacional vencida, começamos a nos preparar para a etapa internacional, o International Selection Panel (ISP), que aconteceria de 8 a 10 de maio de 2012. Como esperávamos, Rogério foi aprovado com folga e de forma unânime pelos seis painelistas do mundo todo que o avaliaram. Começava oficialmente ali a relação entre Endeavor, Rogério e Prepara.

De lá para cá foram centenas de horas de mentoría, eventos, viagens... Rogério sempre foi muito dedicado. Talvez como os melhores alunos da Prepara, que encontraram a prosperidade no estudo e no trabalho, ele construiu seu caminho aprendendo com quem já tinha feito e, ao mesmo tempo, colocando em ação tudo aquilo de que

tinha ouvido falar. Era só uma questão de tempo para que surgisse uma oportunidade que permitisse a ele dar um grande salto.

“O principal aprendizado nesse período de relação com a Endeavor é que o sonho é grande mesmo, mas é possível. Além de, é claro, descobrir como fazer uma boa execução para que o sonho não fique só no sonho”, conta o Rogério.

Curiosamente, marcando seis anos de aniversário de história com a Endeavor, a oportunidade apareceu. E, como bom “aluno” que foi nos últimos anos, Rogério estava preparado e a aproveitou.

Em 24 de maio de 2017, a Prepara anunciou a compra das tradicionais marcas Microlins, People e S.O.S, que pertenciam à Pearson Education. Com o negócio, surgiu a MoveEdu, uma das maiores redes de escolas de cursos livres profissionalizantes do mundo, com mais de 1100 franquias espalhadas por todo o Brasil. A MoveEdu vai atender a diferentes perfis de público e de necessidade dos profissionais através das marcas Prepara Cursos, Ensina Mais, English Talk, Pingu’s English, Microlins, S.O.S e People.

A empresa capacita e prepara para o mercado de trabalho cerca de meio milhão de alunos. Assim, o Rogério se mantém em sua missão de transformar o Brasil — e até outros mercados — por meio da educação.

Com o negócio, a MoveEdu é hoje cinco vezes maior que em 2012, quando o Rogério se tornou Empreendedor Endeavor. “Nesse período, estruturamos nossas marcas e melhoramos muito a gestão. Se não tivéssemos passado por esse processo de profissionalização, de ter uma estrutura organizacional clara, mas ao mesmo tempo dar mais autonomia aos profissionais, mais poder de ação, não teríamos condições de ‘digerir’ essa aquisição”, conta o empreendedor.

O sentimento de 9 de junho de 2011 continua firme — estamos apenas no começo! E o Rogério mantém aquele sonho grande: “Nossa missão-base é transformar o Brasil por meio da educação, então de fato temos de ter volume. Transformar a vida de uma pessoa é bom; mudar a de mais de meio milhão é incrível”.

JULIANO SEABRA E LUIZ GUILHERME MANZANO
Diretores da Endeavor

EDUCAÇÃO E EMPREENDEDORISMO

A educação é o único caminho para que o Brasil supere seus graves problemas sociais e econômicos. Esse entendimento foi um dos motivos que me levaram a estabelecer uma parceria com o grupo MoveEdu, fundado por Rogério Gabriel, cuja história é contada neste livro.

Tempos atrás ele nos procurou e, a princípio, desejava apenas se apresentar e conversar. Aos poucos, foi ganhando espaço. De minha parte, fiquei interessado pela temática (a educação), pelos projetos, pela metodologia da empresa e pelas ideias de Rogério. Afinal, também temos uma filosofia voltada para a educação — em nosso estúdio, o Mauricio de Sousa Produções, sempre oriento o time para que todos os projetos nasçam com viés educacional, porque isso, ao lado do lazer e do entretenimento, faz parte da nossa vocação.

Nós fazemos muitos produtos ligados à educação, temos uma intensa relação com escolas e trabalhamos com campanhas e revistas pedagógicas. Assim, quando surgiu a possibilidade de parceria com a MoveEdu, desenvolvemos depressa uma identificação mútua que amadurece a cada dia e já gerou a iniciativa Programas Educacionais Ensina Mais Turma da Mônica. E não para por aí: em conjunto, ainda podemos fazer muito mais pela área educacional,

compartilhando a força de nossos personagens e nosso know-how no relacionamento com os públicos infantil e juvenil.

Fiquei muito impressionado com o Rogério: ele pensa grande, é ambicioso, sabe o que quer e tem os pés no chão, o que é importantíssimo para os negócios. Pessoalmente, gosto de trabalhar com gente que esteja nesse patamar. Empreendedores são pessoas que olham para a frente. Há quem os chame de messiânicos, como se algo superior indicasse o caminho para eles, mas não é isso, não. A gente se prepara para o empreendedorismo.

Mas de que forma? É evidente que há uma base educacional cultural na formação do empreendedor, além da vivência da infância à vida adulta, passando pela juventude. Ao longo desse processo, definem-se os objetivos e as metas para atingir a realização pessoal e profissional — que é inerente ao ser humano, porque todo mundo sonha em se realizar de alguma forma. Foi assim comigo. Costumo dizer que, em última instância, sou um sobrevivente, um homem que começou do nada, realizou seu sonho e não quer desistir dele de jeito nenhum.

A história de Rogério também deve ter sido assim. Seus objetivos para o setor de educação têm origem nas experiências pessoais, e durante anos ele foi pavimentando o caminho para a consolidação e o crescimento de sua empresa. Tenho certeza de que a empresa do Rogério vai continuar crescendo, como mostra a aquisição das três redes de escolas do grupo Pearson. E a parceria com a Mauricio de Sousa Produções pode ajudar ainda mais nessa expansão.

O empreendedorismo, acredito, é um caminho importante para o crescimento econômico. Nos Estados Unidos, a história do país se confunde com a história de seus empreendedores, mas, por aqui, ainda não temos essa cultura. Vários brasileiros têm se destacado nesse campo, embora estejamos atrasados por diversas razões. Aqui, quem faz sucesso e ganha dinheiro não é reconhecido como deveria. No entanto, o espírito empreendedor não nos falta, e sim as oportunidades e as condições para que ele se manifeste. Para mudar essa situação, precisamos de boas escolas e de bons cursos — em resumo, precisamos de educação.

Por isso, é importante que casos bem-sucedidos sejam contados, como está fazendo o Rogério Gabriel. Eu também já dei este passo — em *Mauricio: A história que não está no gibi*, contei minha trajetória com começo e meio. O fim, como para todo empreendedor, ainda está longe.

MAURICIO DE SOUSA

Criador da Turma da Mônica

INTRODUÇÃO

Um propósito; um negócio

Em 2014, acompanhado de minha esposa, Andrea, tirei um breve período de descanso logo depois de uma viagem de negócios à Inglaterra. Durante um de nossos passeios pelas ruas de Londres, ela chamou minha atenção para um edifício de linhas clássicas, cuja imponência remetia à ideia de solidez. Era a sede da Pearson, um dos maiores grupos de educação do mundo, com forte atuação no mercado brasileiro. Falei um pouco sobre a importância da empresa para o setor e concluí: “Um dia quero ser essa fortaleza de relacionamento e projeção”.

Foi inevitável lembrar dessa história no dia 24 de maio de 2017, dentro da sala de reuniões de um importante escritório de advocacia localizado na região da avenida Brigadeiro Faria Lima, em São Paulo. Aquele encontro fechava com chave de ouro um processo de negociação extremamente sigiloso. Pelo acordo, a GP Franchising, empresa fundada por mim, adquiria três marcas de ensino profissionalizante que pertenciam à Pearson no mercado brasileiro: Mircolins, S.O.S e People.

Tratava-se do passo mais ousado em minha trajetória empresarial desde 2004, quando, com uma chave de fenda na mão, aparafusei mesas e carteiras para abrir a primeira sala de aula para ensino de informática da Prepara Cursos, que se tornaria o embrião

da MoveEdu, o maior grupo de escolas profissionalizantes do país. Com a aquisição das três bandeiras da Pearson, minha empresa, em um só lance, dobraria de tamanho. Meu comentário anos antes em Londres parecia adquirir um tom premonitório, embora fosse, na verdade, a manifestação do sonho grande, que faz parte do repertório de qualquer empreendedor.

Embora tenha várias canetas, fiz questão de assinar o documento com uma simples Bic, como forma de reforçar na largada dessa nova etapa um dos principais traços de nossa cultura empresarial: a redução de custos e a gestão parcimoniosa dos recursos da organização.

Naquele dia, a GP Franchising se tornou a maior rede de escolas profissionalizantes do mundo. E foi rebatizada como MoveEdu, nome mais adequado à nova fase inaugurada pela incorporação. É a terceira denominação do grupo desde 2004, quando foi fundado. Primeiro se chamou Prepara Cursos. Depois, com o lançamento das demais bandeiras, criei uma holding, a GP Franchising, enfim renomeada como MoveEdu. O nome representa nosso entendimento da educação como motor de transformação, através da inovação e do avanço pessoal em todas as suas potencialidades. Todos esses valores compõem o DNA do grupo desde seu nascimento. Por isso, e para facilitar a compreensão do leitor, utilizarei ao longo do livro a nova denominação, MoveEdu, mesmo nos momentos anteriores ao seu surgimento.

Em 2017, a rede de escolas franqueadas dobrou de tamanho, saltando para mais de 1100 pontos. Em nossas salas de aula, espalhadas por todos os estados brasileiros, estão matriculados 390 mil alunos — e os efeitos positivos atingem um grupo bem maior de pessoas. O diploma de um curso profissionalizante tem reflexos na vida de um jovem e de sua família. Se considerarmos que cada estudante vive numa família com três a quatro membros, isso significa que, por ano, cerca de 1 milhão de brasileiros são impactados por nossos cursos — número que representa 0,5% da população brasileira. Em um período de dez anos, esse número equivale a 5% dos brasileiros. Um impacto social gigantesco, que atende a um dos principais anseios de qualquer empreendedor.

A partir daquele momento, com faturamento anual de 600 milhões de reais, a MoveEdu passou a abrigar sete redes diferentes — Prepara, English Talk, Pingu's English, Ensina Mais, S.O.S, People e Microlins, além de um portal de empregos, o Programa +Empregos —, oferecendo um leque de cursos profissionalizantes nas mais variadas especialidades, da administração de negócios ao ensino de idiomas, da informática à área de saúde.

Cada uma das marcas tem sua própria personalidade, mas todas estão unidas por valores construídos e incorporados ao longo de mais de duas décadas de empreendedorismo. Esse conjunto de valores não surgiu de reuniões em salas fechadas; sua gênese está no dia a dia, no relacionamento com nossos clientes, no trabalho conjunto com a rede de franqueados e no companheirismo da equipe interna da MoveEdu.

Os valores da companhia funcionam como um guia que indica o caminho para decisões corretas, além de corrigir o rumo quando nos afastamos dele. E consideramos os equívocos como parte fundamental do sucesso, em função dos ensinamentos que trazem. É por isso que um dos valores da MoveEdu prega justamente o seguinte: “Não somos perfeitos — reconhecemos nossas falhas e estamos sempre em busca do aperfeiçoamento contínuo”.

Os conceitos que regem a trajetória de um empreendedor, em geral, nascem da própria prática e de sua experiência de vida pessoal e profissional. Homens e mulheres imaginam soluções para problemas concretos da sociedade e mergulham no projeto de transformar esse sonho em realidade. Esses são os empreendedores. O que os move é uma paixão incondicional, uma vontade férrea de fazer acontecer e a determinação de crescer de forma contínua.

O processo de aprendizado constante de mais de 25 anos pode ser resumido em sete lições que aprendi sobre empreendedorismo: respeito às raízes; sonho grande; resiliência e esforço; inovação; parceria; ousadia e liderança. Elas foram cruciais no desenvolvimento da MoveEdu, assim como na negociação para adquirir as três marcas do grupo Pearson.

Esta é a história de um sonho grande que se concretizou a partir

de trabalho, paixão incessante, vários acertos e outros tantos tropeços, transformados em ensinamentos preciosos que conduziram a avanços. É a trajetória de um negócio com profundo impacto social que, desde 2004, entregou, numa estimativa conservadora, diplomas para mais de 5 milhões de alunos — destes, 350 mil saíram de nossas escolas já com uma colocação no mercado de trabalho.

Um caso aparentemente banal ocorrido anos atrás mostra como esse negócio pode melhorar a vida de nossos alunos e das pessoas ao seu redor. Na véspera da Páscoa de 2013, entrei numa loja de brigadeiros para comprar alguns presentes para minha esposa e meu filho, André. Vestia uma camisa polo com a marca Ensina Mais, a rede de apoio escolar pertencente à MoveEdu.

Uma cliente da loja ficou me observando, até que resolveu falar comigo e perguntou se eu trabalhava na escola. Depois que me apresentei, ela contou que estava ali para comprar uma caixinha de brigadeiros que a filha levaria para o professor da Ensina Mais. A menina frequentava a escola havia seis meses e, desde então, sua vida tinha se transformado — para melhor.

Até alguns meses antes, a criança obtivera resultados ruins na escola, tornando-se alvo de cobrança dos pais e dos professores. O convívio com os colegas também tinha se deteriorado. Foi quando a mãe descobriu a Ensina Mais. Já nas primeiras semanas, o desempenho da filha deu sinais de evolução. As notas azuis começaram a aparecer, e com elas outra criança surgiu: mais confiante, mais orgulhosa de si mesma, mais sociável. “Nossa vida mudou da água para o vinho”, concluiu a mulher, entusiasmada.

Sem perceber, ela resumiu de forma precisa o propósito da MoveEdu — algo que vai muito além do ensino. Não temos como missão apenas transmitir conhecimentos curriculares; queremos ajudar nossos alunos a se tornarem pessoas ainda melhores. Acredito que as experiências retratadas neste livro podem inspirar empreendedores em diversos estágios de desenvolvimento — do jovem à frente de uma start-up ao líder de um negócio consolidado que depara com os desafios decorrentes do crescimento acelerado e contínuo.

Caso consiga atingir tal objetivo, este livro desempenhará um papel coerente com o propósito da MoveEdu: transformar pessoas, torná-las ainda melhores e ajudá-las a realizar seus sonhos.

CAPÍTULO 1

Respeito às raízes

O EMPREENDEDORISMO TAMBÉM NASCE EM CASA

Em meados da década de 1960, pouco mais de 2 mil pessoas moravam em Taiuva, na região de Ribeirão Preto, interior de São Paulo. Entre elas, meu avô, meu pai, minha mãe — enfim, boa parte da família Gabriel. Só não nasci lá porque, cidade pequena, Taiuva sequer tinha hospital. Quando minha mãe sentiu as primeiras dores do parto, meu pai a levou para Bebedouro, a trinta minutos de viagem. E lá eu nasci, em 18 de dezembro de 1964.

De qualquer forma, minha passagem por Taiuva foi breve. Com pouco mais de um ano, nos mudamos para Catanduva, também no interior de São Paulo. Não era novidade para a família. Meu avô e meu pai carregavam algo de nômades no sangue.

A saga dos Gabriel no Brasil começou com meu bisavô Savério Gabriel, um italiano que desembarcou por aqui na passagem do século XIX para o XX, já casado e com um filho de colo. Como tantos outros imigrantes, Savério trabalhou na roça até comprar um sítio de seis alqueires, onde plantava café. A família cresceu e, com ela, a mão de obra (ou seja, os filhos) para trabalhar na lavoura.

Somente meu avô, Miguel Gabriel, percebeu que daquele jeito a vida “não ia virar”, o que, em seu dicionário, significava o desejo de melhorar, evoluir. Até hoje utilizo a expressão e, mais do que isso,

esse ímpeto de construir coisas. Se o espírito empreendedor da família tem uma data de nascimento, um big bang, foi no dia em que meu avô deixou o sítio para morar em Taiuva.

Lá trabalhou como mascate e em seguida arrumou um emprego em uma companhia de beneficiamento de café, processo que transforma o fruto em grãos. Quando a energia elétrica chegou à região, o dono da empresa, João Neves, resolveu vender sua máquina de beneficiamento a vapor para substituí-la por uma mais moderna, alimentada por energia elétrica, e estabeleceu um valor mínimo para o equipamento antigo. Então chamou meu avô: “Miguel, quero vender esta máquina. O que você conseguir acima do preço que estabeleci é seu”.

Meu avô foi à caça de compradores no “sertão de São José do Rio Preto”, chamado assim porque na época a região era pouco povoada e com grandes extensões de terra ainda virgens. E em José Bonifácio, um pequeno município da região, vendeu o equipamento pelo dobro do valor mínimo estipulado por Neves. Desde então, a família tem se saído bem fazendo negócios em São José do Rio Preto (justamente a cidade que hoje abriga a sede da MoveEdu).

Com o dinheiro, seu Miguel adquiriu algumas sacas de café e foi negociá-las em cidades distantes, amealhando um bom lucro. Depois comprou mais sacas de café e seguiu a rotina, até que aquela atividade evoluiu e se transformou numa pequena empresa de comercialização do produto.

Meu pai sucedeu meu avô à frente da companhia, anos depois. Nascido em 1935, Wartanir Lúcio Gabriel revelou pouca disposição para os estudos e, ainda adolescente, fugiu da escola. Mas nada de preguiça. Agitado, dono de um raciocínio rápido e estruturado e de uma memória de elefante, ele não se concentrava nos cadernos e livros. Meus avós não ficaram muito satisfeitos e arrumaram um emprego para Wartanir num empório da cidade antes que meu avô o convocasse para participar do seu negócio, que, no futuro, viria a se chamar Taiuva Comércio de Café.

A inquietação de meu pai não diminuiu, e ele canalizava a energia para o trabalho. O escritório era um tormento para ele. Sua sala, localizada no fundo do armazém, permanecia fechada a maior parte

do tempo: ele preferia viajar e tratar diretamente com os clientes a se enfurnar atrás de uma mesa abarrotada de papéis.

Desde cedo eu me sentia atraído por aquele mundo. Aos sete anos, passei a frequentar a empresa no período em que não estava na escola, e pequenas tarefas, como separar documentos e organizá-los, preenchiam meu tempo. O que me empolgava mesmo era conversar com os funcionários e observar meu pai negociando. Sempre que possível, sobretudo nas férias, eu o acompanhava nas visitas aos clientes mesmo fora da cidade.

O café é uma commodity e, como tal, sofre com oscilações bruscas em razão das diversas variáveis que influenciam no preço: demanda interna e externa, safra, qualidade, estoques, entre outras. Assim, a negociação se transforma numa espécie de jogo em que cada um dos participantes lança seus argumentos para obter as condições mais favoráveis. Para mim, aquilo funcionava como um Banco Imobiliário da vida real. E o prazer pela negociação se instalou no DNA da família — hoje, nada me satisfaz tanto no universo corporativo quanto conversar com empresários e executivos e desenvolver projetos conjuntos.

Outra lição que poderia ter aprendido com meu pai era seu desprendimento em relação às empresas que criava. Embora se dedicasse intensamente, ele não estabelecia uma relação emocional com o trabalho. Caso não enxergasse perspectivas de crescimento para determinado negócio, ele o passava adiante. Eis uma de suas frases prediletas: “Um dia minha empresa vai quebrar. Então, vou vender antes de esse dia chegar”.

E assim ele fez. Nem mesmo a Taiuva Comércio de Café, com toda a herança emocional que carregava, escapou da força desse princípio. Em 1975, meu avô e meu pai se desfizeram da companhia. Com o dinheiro (bom dinheiro, aliás) cada um comprou uma fazenda. Em sua propriedade, seu Wartanir cultivava laranja e café numa área de oitenta alqueires. Nos anos seguintes, com a incorporação de vizinhos, a extensão das terras atingiu quatrocentos alqueires. As coisas caminharam bem até 2002, quando ele deu uma nova guinada, fiel ao princípio de largar o negócio antes que o negócio o lar-