

Domínio de internet dá lucro de até 133.000%

Empresário comprou termo 'portabilidade' por R\$ 30 e vendeu por R\$ 40 mil; especialistas dizem que segredo é ter paciência para esperar valorização

Fernando Scheller

O empresário Ricardo Vaz Monteiro fez um investimento que rendeu mais de 133.000% em cinco anos. Em 2004, muito antes de a palavra portabilidade entrar para o vocabulário do brasileiro, ele registrou o domínio do termo na internet com a extensão .com.br – para isso, pagou R\$ 30. Cinco anos depois, com as empresas disputando clientes que queriam mudar de operadora mantendo o número antigo, a palavra portabilidade ganhou valor. Em 2009, Monteiro vendeu o domínio à Claro por R\$ 40 mil.

A internet comercial no Brasil completa 15 anos em 2010. Por mais de dez anos, Monteiro trabalhou exclusivamente com domínios de internet. Com a Nomer, empresa que criou, assegurava os domínios a seus clientes e depois oferecia serviços acessórios, como desenvolvimento de sites, espaço de servidor e endereços de e-mail. No fim de 2009, ele se desfez da empresa, que foi vendida a um concorrente. Embora Monteiro não revele o quanto lucrou ao ser incorporado, o **Estado** apurou que a Nomer fatura R\$ 2,5 milhões por ano, sendo pouco menos de R\$ 1 milhão somente com a “reserva” de nomes no ciberespaço.

Embora o mercado de domí-

Empresário de MS pede R\$ 100 mil por Dilma.com.br

● O empresário Walter Maiolino, de Mato Grosso do Sul, comprou há três anos o domínio www.dilma.com.br já pensando em capitalizar o aumento da popularidade da então ministra Dilma Rousseff. Agora, pôs a denominação à venda por R\$ 100 mil.

Maiolino diz ter recebido propostas para vender o domínio

nios no Brasil não tenha atingido as cifras estratosféricas de grandes negócios dos EUA – onde o nome “pizza.com” foi vendido por US\$ 2,6 milhões e o “business.com” saiu por US\$ 7,5 milhões –, Monteiro diz que o segmento de nomes para sites cresce 30% ao ano no País.

Segundo o especialista – que até escreveu um livro sobre o tema, chamado *Escolha seu.com* –, as principais características de um bom investidor em domínio são a simplicidade e a paciência. “O melhor é escolher um nome simples e esperar que ele se torne valioso. Não adianta escolher uma marca já conhecida, porque

por R\$ 60 mil, mas prefere esperar por alguém que pague o preço cheio. Ele tem planos de montar um negócio de classificados na internet. Para aumentar o número de visitas, registra termos genéricos e direciona os visitantes para seu futuro site.

Além de “Dilma”, Maiolino mantém também a propriedade de termos como “airbags”, “teste vocacional” e “sungas”. Ele diz que o domínio que tem do primeiro nome da pré-candidata do PT à Presidência recebe cerca de 500 mil visitas mensais.

isso configura a má-fé de vender posteriormente para o natural proprietário.”

Encontrar um bom conceito não registrado e esperar que alguém se interesse por ele é o que fazem profissionais que têm a venda de domínios como primeira ou segunda carreira. “É uma atividade de microempresas e de home office, que exige pouco investimento”, diz Monteiro.

Segundo Lauro de Lauro, empresário que comprou a Nomer de Ricardo Vaz Monteiro, a reserva de domínios cresce também entre pessoas físicas. Ele diz que os nomes registrados com CPFs já representam 46% dos 27 mil



PAULO PINTO/AE

Portabilidade. Monteiro vendeu domínio de site por R\$ 40 mil

clientes com sites ativos da Nomer. “Comprei a Nomer para complementar o trabalho da Dualtec, que atende grandes clientes”, diz ele, referindo-se à empresa que fatura R\$ 12,5 milhões por ano.

Nos sites especializados em domínios, a esperança de tirar a

sorte grande é alimentada por blogs que anunciam negócios polpudos: a mais recente, que circula sem a identificação do feliz vendedor, dão conta da venda do domínio “imóveis.com.br” por cerca de US\$ 500 mil.

Apesar de ter vendido sua empresa de domínios, Ricardo Vaz

Monteiro conta que ainda gosta de fazer suas apostas, especialmente nos domínios .com, dos EUA, os mais valorizados. Recentemente, investiu US\$ 2 mil no site www.ringabell.com.br, que tenta revender por US\$ 15 mil.

No início. Até 1995, a internet funcionava de maneira experimental no Brasil. Foi há 15 anos que a rede mundial de computadores virou produto para “consumo” geral. Segundo Aleksandar Mandić, um dos pioneiros deste mercado, a disputa por bons nomes existe desde os “primórdios” da web no País.

Ele conta que o portal iG, lançado como “Internet Grátis”, só foi possível pela compra do domínio, antes destinado à indústria gráfica. O empresário participou do lançamento do portal, mas diz que não se lembra exatamente quanto o nome custou – estima que deve ter sido algo próximo de R\$ 200 mil.

Para Demi Getschko, do Comitê Gestor de Internet (CGI), o desenho do mercado brasileiro de domínios evitou que o “capitalismo selvagem” tomasse conta da disputa por nomes. Para ele, mais vale o serviço prestado do que a denominação de um determinado site: “Altavista, Yahoo, Google, Facebook e Twitter são nomes criados na rede.”