QUERO TER MINHA .COM

Por trás do novo boom da internet brasileira estão jovens com menos de 30 anos que saem das faculdades para ser donos dos próprios negócios e faturam alto

Débora Rubin

Guilherme contava sete anos de uma sólida carreira na indústria farmacêutica. Marcus era consultor de novas empresas. Heitor estava desgostoso com a carreira publicitária. Os três não se conhecem, mas têm muito em comum. São jovens, solteiros, paulistas, formados por universidades de alto nível e com cursos no Exterior. E sempre sonharam em ter um negócio próprio. A oportunidade deles, e de mais centenas de jovens com perfis similares, aconteceu graças à internet. Hoje, é febre ter um negócio ".com". Prova disso é que, em 2010, o chamado e-commerce cresceu 40%, segundo o E-bit, empresa que monitora o setor. O número, no entanto, retrata apenas as companhias que fazem vendas online. O crescimento é bem maior se considerados outros formatos de negócios, como os focados em anúncios publicitários.

VELOZES E CURIOSOS
Heitor Chaves, 26 anos (de azul) e Guilherme Wroclawski, 27, demoraram tanto a lançar um produto que a concorrência passou na frente. Enxergaram novas oportunidades e correram atrás do prejuízo. Hoje, o site Save Me faz parte do Buscapé

No ano passado, a internet brasileira renasceu em um processo similar ao que aconteceu no final dos anos 1990, com a diferença de que não se vê bolha no horizonte. Nesta segunda leva, rapazes com menos de 30 anos criam diariamente projetos inspirados em modelos bem-sucedidos fora. É o caso do site de leilões Olho no Click, de Guilherme Pizzini, 27 anos, e mais três sócios (o mais novo tem 22 anos). "Para falar a verdade, eu nem pensava em nada ligado à internet", diz. "A ideia surgiu numa mesa de bar, por sugestão de um amigo, hoje sócio, que tinha visto o modelo na Alemanha." Lançado no final de 2008, o site

FOTOS: RAFAEL HUPSEL, ROGÉRIO ALBUQUERQUE – AG. ISTOÉ

levou um ano até se pagar. Hoje, conta com 600 mil usuários, leiloou cinco mil itens - até um apartamento - e fechou 2010 com um faturamento de R$ 5 milhões.

O custo inicial baixo e a velocidade com a qual as coisas acontecem são atrativos para esses jovens. Os amigos publicitários Guilherme Wroclawski, 27 anos, e Heitor Chaves, 26, começaram literalmente no quarto da casa de um deles e com um investimento de R$ 5 mil. A ideia era genial e promissora. Há um ano, eles imaginaram montar um site de compras coletivas. Lapidaram tanto o projeto que, quando lançaram, já existiam quase cem empresas similares, impulsionadas pelo sucesso do pioneiro Peixe Urbano (hoje são duas mil). Em meio à decepção, eles tiveram uma sacada: fazer um portal que agrupasse diversos sites de compras coletivas, facilitando a vida do usuário. Nasceu o Save Me. Três meses depois, venderam 75% da empresa para o Buscapé e contam com um orçamento de R$ 5 milhões só de plano de mídia. Números que mostram como o modismo está longe de ser uma brincadeira de garotos.

A agilidade, a flexibilidade e a ousadia exigida pelos usuários da internet se harmonizam com essa geração que cultiva o desejo de empreender. **Segundo um estudo do Sebrae, 49% dos novos empresários brasileiros têm entre 25 e 39 anos.** E na última década subiu de 4% para 14% o número de empreendedores com menos de 24. "Nos anos 1980, ou você era funcionário público ou trabalhava em uma grande empresa. Hoje, empreender é opção", destaca Gil Giardelli, professor da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), de São Paulo. "E finalmente as universidades estão preparando os jovens para isso." A Faculdade Getulio Vargas de São Paulo (FGV-SP) - celeiro de empresários brasileiros - foi pioneira. Criou um curso sobre empreendedorismo em 1989. Em 2004, foi criado um centro focado nessa area, um verda-

ARREMATE NA WEB

Foi um ano de trabalho sem pagamento, noites maldormidas, vida social de lado e muito não de investidor até o site de leilões Olho no Click vingar e faturar os R$ 5 milhões de hoje. "Não é tão fácil quanto parece, mas é emocionante", diz Guilherme Pizzini (à frente), 27 anos, com os sócios Rodrigo, Arthur e Sylvio (da esq. para a dir.)

Segredos da rede

Dicas valiosas dos empreendedores.com

1 ENTENDER BEM O MERCADO E VER ONDE HÁ BRECHAS
"O que parece saturado pode gerar novas oportunidades"

2 TER UM DIFERENCIAL QUANDO SE TRATA DE UM SEGMENTO JÁ CONHECIDO
"Ofereça algo novo ou seja mais rápido e barato que os outros"

3 DEDICAÇÃO 100% NO INÍCIO
"Às vezes isso significa largar o emprego e deixar a vida social de lado"

4 PESQUISAR A TECNOLOGIA QUE SERÁ USADA
"Dá muito trabalho ficar mexendo depois"

5 PLANEJAR O MARKETING COM CUIDADO
"Não basta existir na rede, é preciso ser conhecido"

NOVOS MODELOS
Marcus Andrade, 28 anos, sentia falta de um guia de lazer onde todos pudessem fazer suas resenhas críticas e montou o Guidu, um roteiro colaborativo de bares, baladas e cinemas que começou em São Paulo e agora começa a chegar em mais 20 praças

deiro laboratório de como se fazer negócios. A faculdade trouxe Mark Zuckerberg, criador do Facebook e ícone da geração ".com", para uma palestra há dois anos.

Os bons exemplos prosperam e inspiram. "Apesar de as novelas ainda retratarem o empresário como o vilão ladrão que tem duas amantes, esta opção está cada vez mais no plano dos jovens", acredita Marcus Andrade, um paulista de 28 anos, ex-aluno da FGV. Ele fala a partir da experiência de quem passou cinco anos na Endeavor, ONG americana que funciona como incubadora de empresas. De tanto ajudar a dar à luz negócios de todos os ramos, decidiu que estava na hora de ele ter uma firma para chamar de sua. Da paixão por bares, restaurantes e cinemas nasceu o Guidu, um guia de lazer totalmente pautado pelos usuários, outra tendência que ganha força no Brasil, os sites colaborativos. Paulo Veras, 38 anos, sócio do guia, é da primeira geração de empreendedores da internet. Começou em 1995, quando poucos brasileiros tinham acesso à rede. Hoje, celebra a nova safra de lançamentos. "Ficamos dez anos sem nada de interessante, tudo o que surgia vinha de fora", diz.

Os especialistas não veem risco de uma nova quebradeira, pois o cenário econômico é promissor e a internet está acessível para as classes baixas. O que já está acontecendo é uma seleção natural dos negócios. "De um ano para cá, dobraram os pedidos", conta Walter Leandro Marques, diretor da Tray, empresa criadora de plataformas de sites – são oito novos por dia. "Mas subiu de 25% para 40% o número das que não duram nem seis meses." Muitos novatos, diz ele, não se planejam direito, colocam o site no ar e simplesmente rezam para os deuses da rede.

Ainda assim, as oportunidades são infinitas. Tão atraentes que começam a chamar gente de outras áreas. Micael Langer, um cineasta carioca de 36 anos, acaba de lançar o Incentivador.com, site que permite a pessoas comuns contribuir financeiramente para a realização de um projeto cultural, num modelo conhecido como "crowdfunding". Micael teve a ideia a partir da própria dificuldade de conseguir captar recursos para o seu documentário "Simonal", lançado em 2009. O bichinho do ".com", no entanto, já picou o artista. "A internet permite ganhar dinheiro de formas não óbvias", resume, já pensando em lançar os outros dois projetos online que tem em mente. ■

VAQUINHA ONLINE
O cineasta Micael Langer, 36 anos, lançou o Incentivador.com ao perceber que podia captar recursos com o sistema de "crowdfunding", no qual muitos colaboram com pouco em prol de um projeto

6 UTILIZAR PLATAFORMAS EXISTENTES PARA EMBUTIR O SITE
"Abuse das mídias sociais e ferramentas de pagamento"

7 FALHAR SEM MEDO
"Internet é uma eterna área de testes, dá para corrigir rápido"

8 SER FLEXÍVEL
"Cada fornecedor e parceiro é de um tamanho diferente, negocie com cada um de formas diferentes"

9 NÃO ACHAR QUE VAI FICAR MILIONÁRIO EM UM MÊS
"Não faça nada acreditando que vai ser comprado por um gigante do ramo"

10 NÃO SE ACHAR GENIAL
"Enquanto você está pensando em algo novo, tem alguém lançando sua ideia"

FOTOS: ORESTES LOCATEL/AG. ISTOÉ

Fonte: Istoé, São Paulo, ano 35, n. 2159, p. 80-82, 30 mar. 2011.