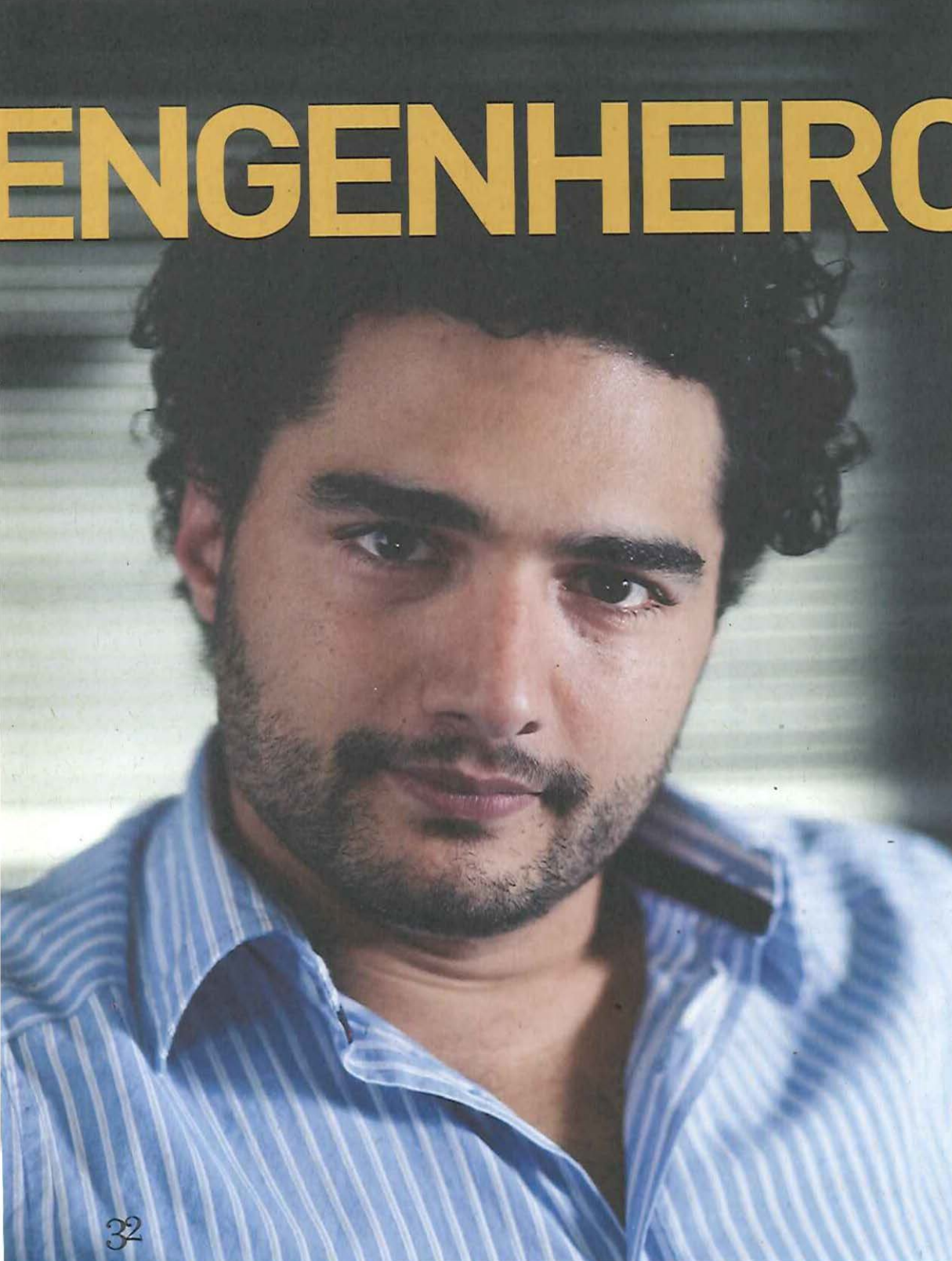
ENGENHEIRO



DE UM SONHO

TEXTO **THOMAZ GOMES**
FOTOS **GALERIA EXPERIÊNCIA**

Quando se fala em um case de empreendedorismo brasileiro, é difícil não lembrar do Buscapé. Fundado em 1999 por Romero Rodrigues, ao lado dos sócios Rodrigo Borges, Ronaldo Morita e, mais tarde, Mário Letelier (ex-aluno da FGV-EAESP), o site de buscas traçou todo o script da vida empresarial – garagem, levantamento de capital, consolidação no mercado e expansão internacional –, que culminou na sua compra pelo grupo sul-africano Naspers por US$ 342 milhões, a maior aquisição do mercado digital brasileiro já realizada.

Difícil pensar que o investimento inicial que deu origem a toda essa história foi de apenas algumas centenas de reais, tirados dos bolsos de seus sócios-fundadores. Mas, afinal, o que faz a diferença na hora de transformar uma boa ideia em uma empresa conhecida e respeitada? Estratégia, ansiedade, motivação, sorte... A equação nunca é simples. Para tentar entender melhor todas essas questões, conversamos com Romero Rodrigues, o rosto mais conhecido do Buscapé, que, entre histórias de bastidores e conselhos, deixa uma importante lição sobre riscos e oportunidades: "Impossível é a palavra que mais guarda oportunidades dentro dela". Confira a entrevista completa nas páginas a seguir.

O INÍCIO

"O Buscapé surgiu de alguns exercícios que a gente vinha realizando, a partir da vontade de abrir um negócio. Começamos a fazer um brainstorming para tentar ter ideias diferentes. Foi quando, em 98, o Rodrigo [*Borges, sócio e colega de faculdade*] estava procurando uma impressora nos sites de busca da época. Ele encontrou todo tipo de informações, menos o preço. Isso tem muito a ver com o início da vida de um empreendedor – começamos daí. Muitas pessoas preferem esperar alguns anos para abrir a sua empresa. Mas, na minha opinião, se você tem o conceito maduro na sua cabeça, já deve executá-lo agora. Dar continuidade às boas ideias: esse é o exercício que tem de ser praticado. Isso é o que te deixa mais antenado para as oportunidades."



"NÃO TEM COMO AUMENTAR O RETORNO SE NÃO AUMENTAR O RISCO"

MEDO OU ANSIEDADE

"Nunca tivemos muito medo de dar errado. Acreditávamos muito no projeto e não tínhamos muito a perder [*risos*]. O pior que poderia acontecer era o Buscapé não dar certo. E, até nesse caso, a gente teria no mínimo uma história incrível no nosso currículo. O que existia na verdade era uma ansiedade em não perder o timing. Quando fomos registrar o domínio, descobrimos que havia um registro chamado quantocusta.com.br. Caiu a ficha de que a gente tinha de correr, colocar o produto no mercado. A gente ainda precisava acertar muita coisa, como o planejamento de marketing, por exemplo. Sempre existe o sentimento de que você não está pronto."

CAINDO NO MERCADO

"A gente não vendeu um business plan. Saímos para oferecer algo que já existia, que estava operacionalizado. Nosso desafio era comprovar a viabilidade econômica e o potencial de crescimento. As pessoas se preocupam muito que alguém roube a sua ideia na hora de ir para o mercado. Infelizmente, não há proteção contra isso. E, no final das contas, quem pensa desse modo acaba ficando com aquele negócio guardado para sempre. Ou seja: se a sua ideia é muito boa e você é o cara certo para executá-la, não há por que se preocupar. Ninguém vai fazer tão bem quanto você."

RELACIONAMENTO COM INVESTIDORES

"A relação com os investidores sempre foi excelente. Talvez por sorte ou por sabermos o que cada um deles esperava da gente. Tivemos investidores diferentes, quatro rodadas de investimento e passamos bem por todas elas. Mas pode ser complicado. É preciso escolher o investidor certo, na hora certa. Mas, no final, essa relação faz parte do processo. Vale lembrar que raramente ideias muito boas têm problemas para receber capital."

A IMPORTÂNCIA DO RISCO

"Acho que o empreendedor, principalmente da geração Y, tem um perfil muito inclinado para o empreendedorismo, mas possui uma aversão ao risco. Ou seja, ele quer o retorno que o empreendimento pode dar, mas não quer encarar a chance de perder alguma coisa. Essa característica impede muitas boas ideias de ir para frente. E aí o projeto não voa. O pessoal precisa focar mais naquela aula de risco e retorno da faculdade. Não tem como aumentar o retorno se não aumentar o risco. A gente construiu o Buscapé sem dinheiro do nosso bolso, sempre levantamos capital."

A LONGO PRAZO

"O imediatismo pode atrapalhar muito a vida do empreendedor. O Buscapé é muito bacana hoje, vale US$ 372 milhões, está na capa das revistas e tudo mais. Mas foram doze anos de trabalho. Há quatro anos, a empresa valia cerca de US$ 20 milhões. Poderia ter acabado ali, ou até antes disso. Esperamos muito para conseguir chegar nesse momento. Tudo bem, sei que muita gente morre no caminho. Mas é preciso segurar a ansiedade e saber que as coisas não acontecem do dia para a noite."

COMPRA E VENDA

"Na hora de comprar e vender um negócio, as coisas são muito parecidas. Você vende um sonho e compra um sonho. A maioria das parcerias que fizemos nunca contemplou uma compra 100%, na qual toda a equipe foi trocada. Queremos aquele time alinhado com a gente. Do outro lado, não faz sentido um empreendedor querer entregar tudo. Esse discurso não é coeso. Você quer continuar naquele sonho. Acredito que ter um negócio seja como a paternidade. Por exemplo, eu saí da casa dos meus pais, mas nada vai mudar o fato de que eu sou filho deles para o resto da vida. Assim como nada vai

"O EMPREENDEDOR DE VERDADE NÃO ESTÁ ATRÁS DE DINHEIRO. ELE ESTÁ ATRÁS DE UM SONHO"

mudar o fato de que eu e meus sócios criamos o Buscapé. Você quer que o seu filho fique dentro de casa o resto da vida? Eu tenho certeza de que o fundador da Coca-Cola, hoje, estaria muito mais feliz do que se a empresa ainda fosse da família dele, num quintal de uma fazenda dos EUA. Hoje em dia eu tenho um percentual muito menor, mas de um projeto incrível. Eu nunca teria chegado aqui de outra forma."

FASES DO EMPREENDEDOR

"Ao longo da nossa trajetória, tivemos cinco fases bem marcantes. A primeira era quando ninguém tinha a menor ideia do que estávamos fazendo. A segunda foi no auge da web, em 99, quando todo mundo aparecia em coluna social, do lado de modelo. Essa fase durou pouco! [*risos*] A terceira foi a da bolha, depressão total. Parecia que você tinha um misto de uma doença contagiosa com um câncer no pâncreas. Em 94, com o IPO do Google, as pessoas perceberam que era um mercado normal, que estava se consolidando. E agora começamos outra fase, de realização pessoal, com a história da Naspers, que jogou mais oxigênio no aquário. A gente começa a ver alunos de faculdades e jovens empreendendo, montando seus negócios, para surgirem novos Buscapés. Espero que tenhamos ajudado nesse processo."

MOTIVAÇÃO

"O empreendedor de verdade não está atrás de dinheiro. Ele está atrás de um sonho, faz isso por tesão. E o meu tesão não acabou. Ainda tenho muita coisa pra fazer, tem muita oportunidade rolando. Está muito gostoso. Vou parar por quê? Se eu tivesse vendido a empresa 100% e saído do negócio, eu teria dois problemas: onde investir o dinheiro e o que fazer com o meu tempo. Acho que o meu dinheiro está superbem investido aqui. Quanto ao tempo, eu gosto de fazer o que faço. Talvez em algum momento eu vá falar: 'Legal, já deu, fechei meu ciclo aqui'. Mas isso ainda está bem longe de acontecer."

PLANOS FUTUROS

"Até maio de 2006, o Buscapé só existia no Brasil. De lá para cá entraram no grupo Bondfaro, QBArato, E-bit, Fcontrol, Pagamento Digital, Lomadee, Pista Certa, Pagos Online... Entramos em mais de 20 países. Agora temos todos os ingredientes para começar a conectar esses pontos. É como quando você era criança e preparava todo o quarto, arrumava os carrinhos, montava o castelo do He-Man... Agora é que vamos começar a brincar! É necessário manter esse sentimento. Muitas das coisas que estamos fazendo agora já planejávamos há dez anos. Queremos consolidar a América Latina como consolidamos o Brasil, e consolidar as outras marcas assim como consolidamos o Buscapé. É aquela história de que o melhor negócio que você vai lançar é sempre o próximo."

CONSELHOS PARA UM EMPREENDEDOR

"Tudo na vida é um balanço, um trade off. No caso do empreendedor, os elementos desse equilíbrio são o sucesso e o risco. Quando alguém te chama de louco, você está no caminho certo. Se alguém no meu time fala que algo é impossível, eu adoro abrir esse impossível. Impossível é a palavra que guarda mais oportunidades e sucesso dentro dela. Então, se você escutar que algo é impossível, ou te chamarem de louco, você está no caminho certo."

EMPREENDEDORISMO

"Empreendedorismo é sonhar com alguma coisa, visualizar esse sonho e perceber que você pode realizar aquilo. E perceber que aquilo vai mudar de alguma forma, por mais singela que seja, a maneira como as pessoas vivem. Nem que essa mudança seja para que elas comprem de uma forma melhor. Acho que tudo se resume a alimentar um sonho com paixão. Não faz sentido investir tempo e dinheiro em algo pelo qual você não seja apaixonado."

