



BRASILEIROS NO TOPO DO MUNDO

Inspirações caseiras e o valor da tecnologia

Nos Estados Unidos, Daniel Costa, co-fundador da Take Blip, pavimentava o caminho para que a startup mineira, que atua em 25 países, lance ações nas bolsas de valores norte-americanas

» VICENTE NUNES
Correspondente

Lisboa — A mãe, Bárbara, sempre foi inspiração para Daniel Costa, 50 anos, um dos fundadores da Take Blip. Ainda na adolescência dele, a costureira de mão cheia decidiu que se tornaria empreendedora. Queria ter a própria confecção de roupas. O menino via nela um exemplo de força e convicção. E não estava errado. Dona Bárbara não só abriu seu negócio, como fez dele uma referência em Belo Horizonte na produção de roupas de festas. O sucesso da mãe incutiu em Daniel a certeza de que, um dia, poderia dar os próprios passos para ter uma fonte de sustento. Antes, porém, precisava investir na educação privilegiada que os pais lhe proporcionavam e fortalecer o conhecimento que faria diferença quando o destino lhe abrisse as portas.

Aos 18 anos, o jovem, que dava expediente na empresa da mãe, passou no vestibular para duas universidades. De manhã, fazia administração de empresas na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). À noite, cursava comércio exterior, na Una. O estudo, porém, foi interrompido ao ser convocado para o serviço militar. Foi lá, no Centro de Preparação de Oficiais da Reserva (CPOR), que Daniel conheceu Roberto Costa de Oliveira, de quem se tornaria sócio em futuros empreendimentos. A primeira parceria efetiva surgiria anos depois, com os dois já formados, quando o Brasil estava sendo apresentado ao que se tornaria um item obrigatório na vida de todos: o telefone celular.

Daniel decidiu fazer uma pós-graduação em marketing na UFMG. Ironia do destino, um dos professores do curso era tio de Roberto, que estava prestes a se aposentar como executivo de um banco público federal. Toninho, como era chamado, fazia planos para continuar na ativa, seja em que ramo fosse. Numa das muitas conversas que tinha com o aluno e o sobrinho, ele levantou a possibilidade de os rapazes entrarem no setor da telefonia, pois a Nokia, precursora nesse mercado, se preparava para desembarcar no Brasil. A dica foi muito bem recebida. Faltava aos jovens, porém, capital para tirar o projeto do campo das ideias.

Confiante de que a parceria entre Daniel e Roberto renderia frutos, o professor se comprometeu com os recursos necessários para dar início ao negócio — R\$ 5 mil à época. A meta era abrir, dentro do câmpus da UFMG, um quiosque para a venda dos tais telefones. Não demorou muito para que, com a Take Phone funcionando, tivessem a certeza de que estavam cravando os dois pés no futuro. “Ali ficou claro que a experiência de ter trabalhado na empresa da minha mãe — o pai, que era bancário, se juntou a ela tempos depois — foi fundamental para gerir e tocar aquele empreendimento”, conta Daniel.

Três anos depois, ele e Roberto já tinham quase 10 lojas, várias delas em shoppings de Belo Horizonte. A Take Phone, que havia começado com um capital mingüado, estava faturando mais de R\$ 2 milhões por ano. “Dos 100 mil primeiros

Arquivo Pessoal



Daniel Costa: timing, determinação e vontade de crescer

telefones celulares vendidos em Minas Gerais, boa parte foi adquirida por meio da nossa empresa”, conta. “Pegamos todo o processo de migração do telefone fixo, que valia muito à época, para a telefonia celular. Por isso, digo que, quando a gente vê a história de grandes empreendedores, não é só a respeito da capacidade de formação das pessoas, mas, também, uma questão de timing”, frisa.

Liberdade

As ambições de Daniel e do sócio, que, antes da Take Phone, mergulharam nos negócios das respectivas famílias, eram maiores. “Queríamos a liberdade para tocar nossos próprios empreendimentos”, afirma. Mas, com a vontade de crescer, vieram os desafios.

“Começamos a ter muitos funcionários, muitas lojas. E nos deparamos com a nova fase que

viria, que era a da internet nos telefones. A preocupação não era mais apenas atividade de comércio, de compra, de venda, de logística. As empresas de telefonia se transformaram em grandes agentes de transformação tecnológica. E nos apaixonamos por isso”, acrescenta.

Seguir na direção daquela revolução tornou-se obrigatório. “Começou-se a falar de uma coisa que não era óbvia: os telefones não seriam mais só um dispositivo para conversas. Víamos o nascimento da internet móvel. Vieram as câmaras fotográficas, o alarme, as músicas nos telefones (ringtones)”, relembra. Da mesma forma que Daniel e o sócio se encantavam, as grandes redes de varejo perceberam o tamanho do potencial que tinham para explorar. Sem musculatura concorrência, a Take Phone ficou à deriva. O problema se agigantou porque, no mesmo período, os rapazes decidiram abrir duas empresas, uma delas, de manutenção da Nokia — “chegamos a ser um dos players desse segmento”.

“Os negócios, porém, passaram a consumir muito capital. E começamos a ter um insucesso muito grande. Passamos a enfrentar todos os problemas pelos quais muitos empreendedores passam. Ficamos dependentes de bancos, caímos na ciranda financeira, com um passivo muito alto”, detalha Daniel. Ao mesmo tempo, ele e o sócio viam uma oportunidade enorme via tecnologia, pois tinham ativos importantes para empreender: o timing do telefone celular, o relacionamento com a Nokia e o entendimento de como o consumidor via a nova onda.