

INSPIRAÇÃO PARA INICIAR

NEOLIGAS



Fernando Marques **HIG**
FINANCEIRO



Mariana Stanisci
HEINEKEN
BEBIDAS



Alexandre Birman
AREZZO
CALÇADOS



Laura Rodrigues
COMPARA ONLINE
INTERNET



Marco Gomes
BOO-BOX
INTERNET



André Sá
BRASIL PHARMA
VAREJO



Roberta Medina
ROCK IN RIO
ENTRETENIMENTO



Fred Trajano
MAGAZINE LUIZA
VAREJO



Rodrigo Galindo
KROTON
EDUCAÇÃO

40

COM MENOS DE 40

A LISTA DOS JOVENS
MAIS REALIZADORES
DO MUNDO DOS
NEGÓCIOS BRASILEIRO.
E ELES AINDA
PROMETEM **FAZER**
MUITO MAIS



00084



ISSN 19810873

9 771981 087007

FEVEREIRO 2014 | Nº84 | R\$ 14,00

CARGA TRIBUTÁRIA APROXIMADA 3,65%



Taciana Kaliti
BRIGADERIA
VAREJO



Cássio Machado
ZENVIA
TECNOLOGIA



Paulo Kakinoff
GOL
AEREO



Daniel Steinbruch
FAZENDA ANGÉLICA
AGROPECUÁRIO



1 BILHÃO DE ANÚNCIOS POR MÊS



Gomes: um ano num albergue comendo macarrão instantâneo

As estatísticas não estavam a favor de Marco Gomes. Filho de uma família humilde, ele passou a infância e adolescência em Gama, próximo a Brasília, onde histórias de violência e tráfico de drogas faziam parte da rotina. Mas foram as estatísticas, devidamente organizadas, que Gomes usou para criar sua empresa de publicidade, a boo-box. Considerada uma das 50 companhias mais inovadoras

do mundo em 2012 pela revista *Fast Company*, ela trabalha com uma tecnologia capaz de identificar o perfil do internauta, por meio do consumo de conteúdo do usuário na web, e mostrar somente as propagandas relevantes a ele, para aumentar a eficiência da publicidade. A versão inicial da tecnologia custou 18 meses de trabalho e US\$ 1 milhão.

A boo-box faz também a ponte entre anunciantes e produtores de conteúdo na web. Hoje, a empresa tem uma rede de 500

mil sites, blogs e perfis em redes sociais, em que são exibidos 1 bilhão de anúncios por mês, para 60 milhões de internautas.

Embora só tenha sido fundada em 2007, as raízes da boo-box são mais antigas. A paixão de Gomes por tecnologia começou cedo, com seus tios, que vendiam computadores. "Eles me deram peças velhas, sucata mesmo, e eu montei meu primeiro computador. Foi quando descobri a programação", diz. Daí para a frente, não largou mais a área. "Vendi

ORGULHO NERD Fã de quadrinhos, Marco Gomes é consilgiere, uma espécie de conselheiro, do Jovem Nerd, site de humor e notícias voltado a esse universo



criar a boo-box. No fim de 2006, colocou o projeto para a criação da companhia na internet. O TechCrunch, celebrado site de tecnologia, viu e gostou. Publicou uma reportagem que chamou a atenção do fundo Monashees Capital. Algumas conversas depois veio o aporte de US\$ 300 mil. A essa altura, Gomes, com 20 anos, já havia deixado Brasília, desembarcado em São Paulo e tirado a boo-box do papel, com o sócio, Marcos Tanaka. O começo não foi fácil. "Eu morei um ano num albergue, seis meses dividindo quarto com três desconhecidos, com moscas, ratos, mofo,

inteligência", diz. Ele calcula que o segmento possa chegar a 10% de sua receita.

Hoje diretor de marketing da boo-box, Gomes foi eleito pela World Technology Network o melhor profissional de marketing do mundo em 2013. **Embora não programe mais para a empresa, ele ainda não abandonou a atividade. Durante as manifestações que varreram o país em junho, criou um app. Parecido com o Instagram, o programa gerava um mapa colaborativo, para que os usuários pudessem identificar pontos onde havia vandalismo, distribuição**

O MOVA+ PRETENDE RECOMPENSAR A ROTINA DE EXERCÍCIOS FÍSICOS DOS USUÁRIOS COM MILHAS

Comia macarrão instantâneo cinco vezes por semana." Mas deu certo. Em 2010, um novo aporte. Dessa vez, da Intel Capital, algo entre US\$ 3 milhões e US\$ 7 milhões.

Com os negócios concentrados nos grandes anunciantes, a boo-box agora tenta crescer entre pequenos e médios. A empresa oferece opções de publicidade a partir de R\$ 10. "Um pet shop pode utilizar a mesma tecnologia que a Ford e o Itaú para fazer publicidade online, com menos volume, mas com a mesma

de água, a presença da polícia etc. Outro projeto pessoal de Gomes está para sair do forno: o Mova+. O programa irá acompanhar a rotina de exercícios físicos dos usuários e recompensá-los pelo suor com milhas, para compra de viagens e outros produtos. A startup será tocada por Fernando Aquino, sócio de Gomes, que negocia parcerias para viabilizar a ideia. Uma coisa é certa: movimento agrada – e muito – a Gomes.

ELISA CAMPOS