

É MELHOR DEVOLVER DO QUE RECEBER

Enquanto alguns adolescentes estavam planejando seus finais de semana, Ofli Guimarães e Israel Salmen estavam planejando seus próximos negócios. Veja a história desses dois jovens mineiros à frente da plataforma de cash-back Méliuz.

Israel começou bem cedo: com 14 anos, aprendeu sozinho a programar e já se aventurava como desenvolvedor. Criou um site de fotos voltado para a comunidade gospel

de Governador Valadares (MG) e passou a faturar com a venda de patrocínios. O que pode parecer, hoje, um mercado nichado demais, rendeu frutos e o levou a trabalhar



Israel à direita e Ofli à esquerda,
fundadores do Méliuz

com eventos evangélicos. Ofli, por outro lado, não tinha um público tão definido. Dos 17 aos 25 anos, foram 8 negócios iniciados, que iam de marca de camisetas a aluguel de maquinário de construção.

Espírito empreendedor aguçado? Bem óbvio que sim. Mas se é no fracasso que mais se aprende, os dois já estavam com bastante experiência acumulada para fundar o Méliuz.

UMA IDEIA MILIONÁRIA

A história começa na Universidade Federal de Minas Gerais. Pouco depois de se conhecerem, na faculdade de economia, resolveram montar juntos uma gestora de investimentos. A empresa ia bem, mas as falhas de percurso foram várias. Em certa altura, nem eles nem o time estavam muito engajados. Dessa empreitada, tiraram duas das lições mais importantes sobre seus objetivos: prestar muita atenção no caminho até eles e que nunca sejam reduzidos a fazer dinheiro. Era hora de buscar novos ares.

Ofli e Israel venderam o negócio e começaram, do zero, um novo conceito. A inspiração estava nos “ame-ou-odeie” programas de fidelidade. No caso de Ofli, estava mais para “odeie”, já que os pontos que ele juntava expiravam mais rapidamente que a oportunidade que ele teria de usá-los. Para ele, os programas não geravam um valor tangível nem beneficiavam o usuário como poderiam. Ao levar essa frustração até Israel, descobriram que ela era compartilhada por mais pessoas e começaram a pensar em um modelo ganha-ganha-ganha. Foi assim que chegaram à ideia de cash-back para o e-commerce.

A proposta era simples: anunciante anuncia loja; cliente compra da loja; anunciante ganha comissão da compra; anunciante divide comissão com cliente; cliente recebe parte do dinheiro da compra de volta. Cha-ching! Bom para todo mundo.

Tão bom que as primeiras vendas aconteceram logo no dia seguinte do lançamento do site, em setembro de 2011.

PRIMEIROS PASSOS E TROPEÇOS

No comecinho, a meta era ter pelo menos 10 lojas virtuais parceiras, mas eles já começaram superando expectativas, com 16. Entre elas, nomes grandes como Americanas, Giuliana Flores e Ingresso.com.

Só que, apesar do aparente sucesso, Ofli e Israel fizeram o caminho inverso. Como conseguiram um investimento antes mesmo de ter o negócio estabelecido, ficaram ansiosos para lançar a plataforma.

“O dinheiro tirou nosso foco”, diz Israel.

“Sem dinheiro, a gente teria corrido mais atrás de boas pessoas para o time, que ajudassem a gente a errar mais rápido, e de uma base de clientes apaixonados, que ajudassem a gente a errar menos”.

O que aconteceu foi que estudaram pouco sobre onde investir e demoraram até validar o modelo. Nisso, a grana começou a minguar.

/
**O QUE ACONTECEU
 FOI QUE
 ESTUDARAM
 POUCO SOBRE
 ONDE INVESTIR
 E DEMORARAM
 ATÉ VALIDAR O
 MODELO. NISSO, A
 GRANA COMEÇOU
 A MINGUAR.**

Em 2012, o Méliuz foi selecionado para participar do Startup Chile, programa de aceleração no qual receberam mais de US\$ 40mil de capital semente, mentorias e contato com uma rede de empreendedores do mundo todo — só ali onde trabalhavam, estavam mais de 100 startups. Além disso, novos desenvolvedores entraram para o time e solidificaram o produto como um todo, tudo em apenas seis meses.

GANHA-GANHA-GANHA

Quando Ofli e Israel voltaram para o Brasil, eles já tinham atingido o breakeven, construído uma equipe de 6 pessoas e montado seu primeiro escritório, em um pequeno apartamento em Belo Horizonte. Começava a se comprovar a escolha do nome. Méliuz, em latim, significa “melhor”. E sendo, de fato, o melhor programa de recompensa, o Méliuz cumpria seu papel de criar momentos mágicos na jornada do consumidor. Ou seja, não só há a experiência de encon-



trar e poder comprar o que está buscando, como a sensação de estar sendo recompensado com um valor que você pode usar onde quiser.

Julia é uma cliente que tirou bastante vantagem disso. Quando estava grávida, ela passou a comprar os itens para o enxoval da bebê pela internet,

por encontrar preços mais competitivos no Méliuz. Sem saber o que fazer com o dinheiro que recebia depois das compras, ela teve a ideia de juntar tudo em uma caderneta de poupança para a filha: “Compro as coisas que ela precisa com desconto e ainda junto uma graninha para o futuro dela”. Como a plataforma também dá bônus em di-

*Time da
 Méliuz
 em novo
 escritório*

nheiro por indicações, Julia compartilhou seu caso nas redes sociais e, até onde se tem notícia, conseguiu juntar mais de R\$1.200,00 - que não expiram.

Por histórias assim, o Méliuz devolve mais de R\$ 28 milhões em cash-back. Mas lembra que é bom para todo mundo? Vale para os e-commerces que participam também. Inclusive, 100% dos clientes que resgatam dinheiro na plataforma voltam a comprar na mesma loja por meio do Méliuz. Às vezes, também é mais estratégico para as lojas darem cash-back que descontos.

O Walmart, por exemplo, precisava aumentar seu volume de vendas de uma forma mais eficiente. No aniversário do Méliuz, a varejista aumentou o cash-back oferecido de 3% para 7%, durante uma semana, e para 10%, numa campanha especial durante os três dias seguintes. As vendas aumentaram 83% na campanha de aniversário, em comparação a uma semana normal. Na campanha especial,

o aumento foi de 190%. Eles não só geraram fidelidade, como a base de clientes do Walmart também se renovou.

CASH-BACK & GIVEBACK

Com tanto caso para contar em apenas cinco anos de existência, o Méliuz já virou destaque em São Pedro Valley - o Vale do Silício mineiro.

Hoje com mais de um milhão de cadastros, aquelas iniciais 16 lojas parceiras já viraram mais de 2.000. O time de seis pessoas virou um time de mais de quarenta. O pequeno apartamento que comportava o escritório virou um espaço de três andares. E a cada ano, os números crescem exponencialmente.

Da experiência no Startup Chile, surgiu ainda a cultura de giveback dos empreendedores. Ou seja, reconhecendo a ajuda que receberam e os fez crescer, resolveram também devolver à sociedade. Em 2014, o Desafio Méliuz foi lançado para incentivar projetos inovadores a também progredirem. Dos 650 avaliados,

uma startup recebeu o prêmio de R\$ 50mil e cinco meses de mentoria.

Se tem uma característica do Méliuz que se sobressai é aquele espírito empreendedor aguçado que Ofli e Israel carregam, citado no início deste texto. Está no sangue. Israel afirma que “escutar as pessoas que já fizeram antes de você vale ouro”. Enquanto ele e Ofli terão a oportunidade de escutar, terão também a chance de falar e inspirar futuras gerações de empreendedores, como os verdadeiros exemplos que são.