

Grupo ABC amplia operação digital nos Estados Unidos

Ruy Barata Neto

Holding de Nizan Guanaes passa a controlar agência Dojo, em São Francisco. Direção ficará a cargo de Mauro Alencar

O publicitário baiano Nizan Guanaes quer internacionalizar as operações do Grupo ABC com a ajuda da internet. A holding de agências brasileiras, da qual é presidente do conselho diretor, anunciou ontem a aquisição de mais uma operação digital nos Estados Unidos. Trata-se da Dojo, fundada pelo brasileiro Mauro Alencar em sociedade com os americanos Geoff Edwards e Jeremy Brown. A participação do Grupo ABC no negócio não é revelada e muito menos o valor da transação. Mas Alencar continuará à frente da Dojo. A compra amplia a presença da holding brasileira nos EUA, onde tem participação também na Pereira & O'Dell, agência adquirida em 2008, com sede em São Francisco.

"Nós só vamos para o mundo com digital", afirma Guanaes. Ele diz ainda que não está nos planos da empresa abrir agências de publicidade tradicionais em outros países. O empresário, porém, não descarta novas agências no Brasil.

"Não há dinheiro que chegue para competir nos Estados Unidos com agências de propaganda", diz. "Seria como comparar o investimento necessário para montar um jornal impresso contra o exigido para um portal de internet". O publicitário prevê, segundo ele, de forma conservadora, um investimento em torno de US\$ 60 milhões nos próximos dois anos para ampliar a presença no exterior. "Compraremos o que pudermos na área digital", afirma.

Mas ele não revela quais os países onde concentrará esforços. "Isso quem vai decidir é meu sócio PJ", afirma, referindo-se ao publicitário PJ Pereira, fundador da Pereira & O'Dell. "Ele foi meu estagiário e o cara que me disse para investir nesse negócio de internet". Guanaes afirma que a agência digital está crescendo nos Estados Unidos, o que abriu possibilidade para um segundo investimento.

De acordo com informações do Grupo ABC, a filial da Pereira & O'Dell, em Nova York, tem hoje 70 funcionários. Entre seus clientes estão a Universidade de Phoenix, que trabalha com verba de marketing anual em torno de US\$ 300 milhões.

Por conta do tamanho da operação, a agência terá um segundo escritório que ocupará dois andares do prédio sede do Grupo ABC, que será montado em Nova York, em uma travessa da Quinta Avenida. O expediente no edifício, de cinco andares, deve começar no segundo semestre de 2010.

Sede americana promove Brasil

A sede do ABC ficará instalada no terceiro andar e servirá também como referência para empresas americanas interessadas em investir no Brasil. Segundo Guanaes, o objetivo não é ganhar clientes americanos e atendê-los no próprio país. A proposta é atender as empresas que queiram anunciar no Brasil. O projeto faz sentido diante da euforia que o Brasil vive no exterior. Segundo Nizan, há uma série de empresas estrangeiras interessadas em investir no Brasil, mas sem saber onde ou como. "O Brasil é como um novo rico, lotado de dinheiro, mas que não conhece muita coisa e nem é muito conhecido entre as pessoas mais ricas", afirma Guanaes. É por conta disso que, no primeiro andar do prédio, como forma de recepcionar visitantes, será instalada a "Brazilian Room", como o publicitário chama a sala que trará diversas informações sobre o país. Será uma sala do Brasil sob a ótica de Nizan Guanaes, onde não deve faltar acarajé.

ABC fechará o ano com R\$ 420 milhões

Ruy Barata Neto

Em período de crise, o Grupo ABC deve encerrar o ano com receita de R\$.420 milhões, um crescimento pouco maior do que 5% em comparação ao ano passado, segundo João Augusto Valente, presidente-executivo do grupo e sócio de Nizan Guanaes. O principal motor de expansão da holding este ano veio do portfólio de agências do Grupo B, formado por empresas como B\Ferraz (marketing promocional), Mondo + Evenpro (marketing de entretenimento), New Style (trade marketing). Tudo (eventos e conteúdos), Reunion (marketing esportivo) e a Sunset (marketing direto). Segundo Nizan Guanaes, presidente do conselho diretor da holding, o primeiro semestre do ano foi bastante complicado.

A recuperação começou a acontecer no segundo semestre. Mas o resultado positivo da holding será inflado mesmo neste último trimestre do ano. Guanaes estima que, mesmo com ótimas perspectivas para 2010, quando muitos investimentos internacionais devem começar a chegar ao Brasil, o mercado publicitário enfrentará problemas na contratação de mão de obra qualificada. "Determinei às minhas agências que a regra era contratar, mas ainda estamos com vagas em aberto", afirma Guanaes. A holding ABC controla algumas das maiores agências de publicidade do Brasil entre elas a DM9DDB, África, MPM Propaganda e Loducca. Entre os clientes estão Brahma, SulAmérica, Telefônica, Vivo e Mitsubishi.

Brasil Econômico, São Paulo, 4 dez. 2009, Primeiro Caderno, p. 36.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais