

Cariocas fazem sucesso e querem conquistar São Paulo

Amanda Vidigal Amorim

Em 2006, o carioca Bruno Chamma saiu da agência de publicidade em que trabalhava e resolveu abrir sua própria. Ao invés de seguir pelo caminho tradicional, decidiu atuar, no começo, somente com mídia digital. Nascia então a Kindle. Três anos depois e com outros dois sócios, Bruno Magalhães e Eduardo Rabello, a Kindle comemora um crescimento de 150% desde seu ano de abertura. Em 2009, a empresa cresceu 60% em relação a 2008.

Com um investimento inicial de R\$ 40 mil, a Kindle fatura hoje R\$ 180 mil ao mês, e fechou 2009 com um total de R\$ 2,1 milhões. Para 2010, segundo Bruno Magalhães, a idéia é faturar acima de R\$ 3 milhões. A fim de conseguir bater a meta, a empresa incorporou a estrutura de uma outra agência de publicidade carioca que, ao contrário da Kindle, era especializada em publicidade para televisão e veículos impressos.

Para Magalhães, o sucesso da agência se deu inicialmente pelo fato de ser totalmente especializada em internet. "Pensávamos a campanha inteira para o online. Isso dá mais resultado e você acaba superando a expectativa dos clientes", afirma Magalhães. Depois de consolidados no mercado virtual, os sócios resolveram investir nos meios analógicos. "Fizemos o inverso da maioria das agências, que começam com o meio impresso e televisão, e se voltam para o online", afirma o designer.

A Kindle acaba de se mudar para uma sede maior, onde poderá abrigar 70% a mais de funcionários. Hoje, trabalham ali 35 pessoas.

Dando outro passo rumo ao crescimento, a Kindle abriu um escritório em São Paulo e almeja conquistar grandes clientes no mercado paulistano. Magalhães admite que, no meio publicitário, o mercado paulista é melhor que o carioca e, é por isso que os sócios estão investindo na abertura dessa nova frente.

"Conquistamos grandes clientes no Brasil, mas sabemos que ter um escritório no centro financeiro do país é fundamental para quem quer crescer", afirma Magalhães. Empresas como UOL, Amil, Globo.com, Sportv, Universal Channel, Hyatt e Embratel já fazem parte de sua carteira de clientes.

O escritório em São Paulo é chefiado por Rodrigo Rodrigues, que foi gerente de criação do site IG. Como várias agências hoje em dia, a Kindle adota o sistema Google de relacionamento com os funcionários. No escritório existem jogos, video-games, televisão e a diversão dos funcionários é garantida. Os cariocas trabalham para que a Kindle, quem sabe, chegue a comemorar o mesmo faturamento do Google.

Brasil Econômico, São Paulo, 8 dez. 2009, Primeiro Caderno, p. 20-21.