Totalcom compra agência de publicidade na Argentina
Mariana Barbosa

Aquisição é a segunda de Eduardo Fischer no país vizinho; valor não é revelado

Diante do interesse de estrangeiros no setor, publicitário não descarta vender parte de sua empresa

Um dos últimos grupos de publicidade brasileiros a permanecer em mãos brasileiras - o outro é o ABC, de Nizan Guanaes-, o grupo Totalcom está em fase de ganhar musculatura.

Nesta semana, adquiriu mais uma agência de publicidade na Argentina, a Brandes. Eduardo Fischer, 53, presidente do grupo, não revela valores, mas diz que, com a aquisição, sua filial argentina terá um aumento de receita de 46%.

É a segunda aquisição da Fischer Argentina, fundada em 2002. A primeira foi a Smash, adquirida há dois anos. "Em épocas de crise você consegue encontrar bons negócios", diz o publicitário. "Mas o mercado argentino está voltando a crescer."

Para 2011, o grupo pretende consolidar os negócios internacionais (Portugal e Angola, além da Argentina), mas, em termos de novas aquisições, o foco é o Brasil. "O Brasil é "the country to be" [o país para estar]."

O grupo tem como principal agência a Fischer+Fala! e pretende aumentar sua presença na área de eventos, de olho na Copa do Mundo.

Outro foco é o entretenimento. O grupo entrou nessa área com o festival de música SWU, realizado em outubro em uma fazenda em Itu.

Além de uma segunda edição do SWU, Fischer mira aquisições nessa área.

Com o crescente interesse dos estrangeiros pelo mercado brasileiro de publicidade, Fischer não descarta a possibilidade de arrumar novos sócios. "Está ficando cada vez mais interessante ouvir propostas e estou aberto. Mas até agora nenhum canto da sereia me encantou."

Neste ano, os estrangeiros fizeram aquisições importantes. A McCann Erickson se associou à W/, de Washington Olivetto, e o grupo Publicis, à Talent, de Julio Ribeiro.

"Um parceiro capitalizado pode acelerar um projeto de expansão. Mas não precisa ser [um parceiro] estratégico. Pode ser um "private placement", que é um capitalização fechada feita por um grupo fechado de investidores", afirma.

Segundo Fischer, o grupo Totalcom deve registrar uma receita líquida de US$ 100 milhões neste ano, alta de 20%. O publicitário pretende encerrar 2013 com o dobro do tamanho que tem hoje.

POR DENTRO DO GRUPO TOTALCOM

FATURAMENTO
US$ 100 milhões

FUNCIONÁRIOS
500

LUCRO
Não revela

ENDIVIDAMENTO
Não revela

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

PRINCIPAIS CONCORRENTES
Grupo ABC, entre outros

Fonte: Folha de S.Paulo, São Paulo, 13 nov. 2010, Mercado, p. B21.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais