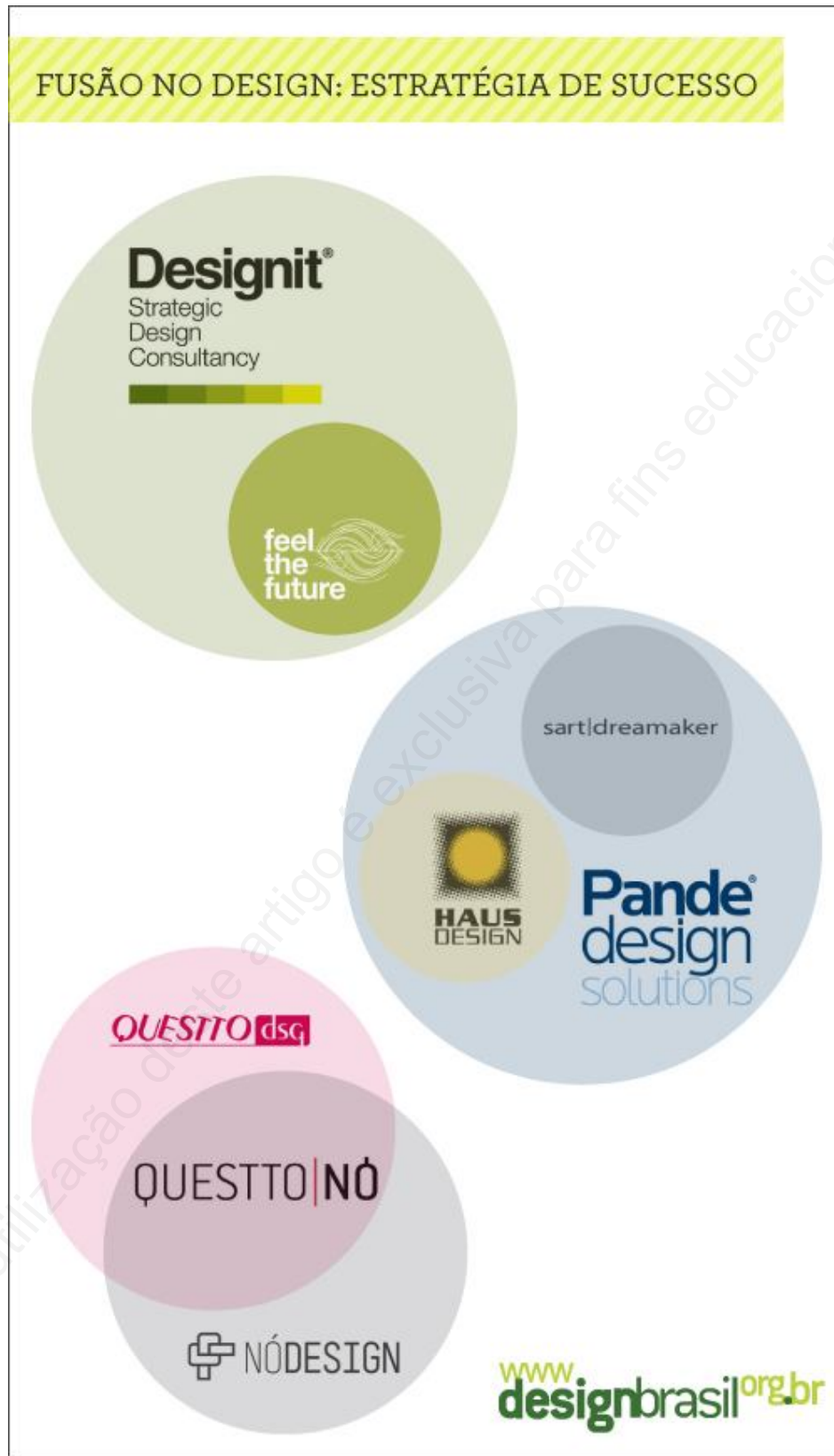


## Fusão no design: estratégia de sucesso

Julliana Bauer



Quem passa pelo centro histórico de Curitiba não imagina que em um prédio antigo da Rua Riachuelo funciona uma consultoria internacional de design estratégico. Pois é ali que trabalha

uma pequena parte da equipe da Designit, que soma mais de 270 funcionários em seus escritórios mundo afora. Cercado pelos brechós e lojas de móveis usados que tornaram a rua conhecida na cidade, o escritório não possui placas que o identifiquem. É intencional.

Essa história começou quando o designer Kleber Puchaski voltou de Londres, cidade em que residiu para fazer seu PHD, cheio de ideias para montar uma consultoria que utilizasse o design como linha central de pensamento nos negócios. Surgiu então a Feel the Future, uma empresa que aliava o design com o business e que tinha nessa convergência uma inovação no mercado brasileiro. A empresa rapidamente chamou a atenção da Designit, e foi assim que aconteceu a fusão entre as duas empresas. “Sempre reforço que não se trata de uma parceria, é uma fusão, e foi primeira transação do gênero na história do design brasileiro”, orgulha-se.

A verdade é que todos saíram ganhando. Se por um lado, Kleber conseguiu muitos clientes com a negociação; por outro, a Designit também se beneficiou com o design research da Feel the Future, que reunia uma equipe hábil e com amplo conhecimento sobre o mercado de um país emergente. Embora a Designit tenha dois escritórios no Brasil – o outro é em São Paulo -, Kleber destaca que não há limites ou divisões físicas dentro da empresa. “Os canais com os demais escritórios são abertos durante todo o tempo e vemos a Designit como uma só”. Em todo o mundo, a empresa soma doze escritórios e possui em seu currículo cases de sucesso de empresas como a Eletrolux, Sony e Paypal.

A Pande, escritório com sede em São Paulo, também é exemplo de fusão de sucesso no mercado nacional de design. O que começou como um negócio familiar fundado por Marta Cardoso, logo se tornou uma empresa de destaque no cenário nacional com a incorporação da Haus Design, de Gisela Schulzinger, em 2011, e da Sart, de Gian Franco Rocchiccioli, no ano seguinte.

Gisela, agora CBO da Pande, afirma que a ideia da fusão aconteceu devido a um desejo da Pande de ampliar sua atuação. Assim que a fusão aconteceu, a equipe toda se reuniu para definir um planejamento estratégico que previa ações até 2017. Até agora, tudo está de acordo com o planejado e, para Gisela, os resultados não poderiam ser mais satisfatórios. “Nosso crescimento em receita em 2012 foi acima de 50% em relação ao ano anterior”, conta. A Pande beneficiou-se também com um aumento considerável no número de projetos ligados a branding e com a engorda de sua carteira de clientes.

A Pande comemorou uma década no final de 2012, com direito ao lançamento de uma revista criada especialmente para celebrar a data. Gisela credita o sucesso da empresa ao modelo de gestão que está no DNA da empresa. “É um sistema que permite ter um controle em tempo real de tudo que está acontecendo na agência”, explica.

O que levou a Questto Design a decidir por uma fusão com o NóDesign, em 2011, foi a possibilidade de unir competências e de economizar tempo e dinheiro. Enquanto a Questto admirava a forma com a qual o Nó lidava com a inovação e pesquisa, a equipe do NóDesign já estava de olho no expertise técnico da Questto. A admiração era mútua e decidiram unir forças e, por que não, também o nome das empresas. O estúdio passou a se chamar QuesttoNó. “Custaria muito caro para a Questto se decidíssemos aumentar a empresa apenas pela contratação e treinamento de pessoas novas, e isso poderia levar até três anos”, conta Levi Girardi, sócio-fundador da QuesttoNó. O resultado foi um enriquecimento de portfólio e a ampliação da área de atuação da empresa.

O Brasil vive um bom momento para o design, e não são apenas as empresas que ganham com isso. Dados divulgados em dezembro de 2012 pelo estudo Radar: Tecnologia, Produção e Comércio Exterior, do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), revelam que os setores da economia relacionados à engenharia e ao design apresentam rotatividade positiva no mercado de trabalho nas oito maiores regiões metropolitanas brasileiras. De acordo com o documento, o setor apresenta uma grande demanda por profissionais, o que automaticamente gera oportunidades de trabalho e melhoria dos níveis salariais.

Embora histórias como a da Pande, QuesttoNó e Designit demonstrem que a fusão pode ser uma jogada certa para a expansão de escritórios de design, o mercado ainda enfrenta obstáculos. O setor é, afinal, um tanto quanto novo no Brasil. Para Gisela, explicar para possíveis clientes e para o mercado da comunicação a importância do design ainda é o maior desafio, seguido da dificuldade em aliar processo de gestão de negócios a uma empresa da economia criativa. “Boa parte das empresas de design são geridas por designers e é aí que está o nó da questão”, conta a CBO da Pande. “Os processos de gestão exigem um expertise específico e ensinar a equipe da Pande e fazê-la funcionar respeitando processos e procedimentos não foi e nem é uma tarefa fácil”, conclui.

Para Girardi, o investimento necessário para manter um escritório é alto, e por isso, um fator determinante no sucesso ou fracasso de um negócio no setor. “Vendemos serviços especializados e precisamos manter o coração da equipe dentro do escritório, isso sai caro”, explica.

Puchaski destaca ainda que um desafio para quem vende design no Brasil é construir cases com consistência e conseguir oportunidades de agarrar bons projetos. “É necessário ter repertório e conteúdo para conseguir construir um bom discurso”, conta. Para o designer, um erro comum a muitos escritórios é a tentativa de seguir modismos. “Vemos escritórios que antes apostavam apenas no design gráfico se aventurando no branding, se essa for a onda da vez”.

**Fonte: Design Brasil. [Portal]. Disponível em:**

**<<http://www.designbrasil.org.br/noticias/fusao-no-design-estrategia-de-sucesso>>.**

**Acesso em: 14 fev. 2013.**