

Terceirização é tendência em design

Thais Azevedo



Com cerca de dois meses de atuação direta no Brasil, onde inaugurou seu primeiro escritório da América Latina, a 99designs, comunidade de design gráfico com mais de 242 mil profissionais ativos pelo mundo, tem planos ambiciosos para o primeiro semestre de 2014: duplicar a base de usuários e clientes no país, considerado mercado estratégico por conta do grande número de micros, pequenas e médias empresas. Os bons resultados, no entanto, devem chegar antes do previsto. "Nestes quase dois meses, atingimos crescimento de 150%, um valor bastante acima da previsão inicial, calculada entre 80% e 100%", conta Dan Strougo, country manager da unidade brasileira da 99designs.

Ao lado de Davi Goldwasser, o executivo fundou em 2010 a LogoChef, comunidade semelhante que chegou a reunir entre 2,5 mil e 3 mil clientes. "Não tínhamos muitos recursos e a concorrência era pesada. Quando soubemos que a 99designs estava interessada no Brasil, nos agilizamos para tentar algum tipo de acordo, visto que concorrer com eles tornaria as coisas ainda mais complicadas", afirma Strougo. O contato funcionou e, em agosto desse ano, a 99designs oficializou a aquisição da LogoChef.

O investimento da empresa australiana no país comprova, segundo ele, uma tendência já firmada nos Estados Unidos e que tem se propagado por aqui: a terceirização de profissionais do setor.

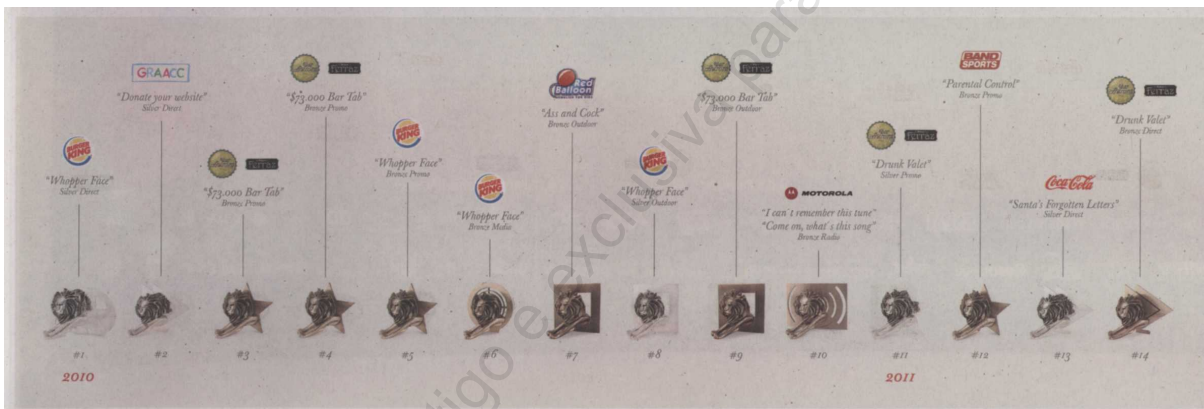
A comunidade atua da seguinte forma: o cliente publica o brie-fing de seu projeto no sistema e os designers interessados se cadastram. O processo funciona como um concurso. O cliente define os melhores trabalhos e, entre eles, elege o seu vencedor, a quem pagará os dividendos, devidamente acordados com as leis de propriedade intelectual. Os demais envolvidos recebem um valor simbólico pelas ideias. "Vejo que empresas e agências de pequeno e médio porte estão caminhando para um número cada vez menor de profissionais de design no seu quadro fixo de funcionários. Por outro lado, os mais jovens não querem se

prender a um empregador único. O retorno financeiro acaba sendo maior ao participar de uma comunidade como essa, bem mais atrativo que os baixos salários muitas vezes oferecidos."

Strougo destaca que o mecanismo interessa às empresas também por conta do número de ideias. "É a ampliação do pensamento. Em média, cerca de 30 designers participam do concurso de um projeto. São muitos conceitos e muitas referências. Considerando que empresas menores não têm muita verba para contratar os serviços de uma grande agência, é uma saída proveitosa para todos os lados. No último mês, três agências também entraram para nossa lista de clientes."

Pela novidade do escritório brasileiro, a fanpage nacional da companhia também é jovem, com pouco mais de 1,6 mil seguidores. Mas a plataforma, fundamental para o tipo de atividade da 99de-signs, deve se expandir. "Acredito muito no Facebook para esse modelo. Esta é uma empresa que cresceu praticamente no boca a boca, sem um centavo dedicado a marketing, daí a importância da conexão imediata com os envolvidos direta e indiretamente nesse segmento", declara Strougo.

Com sede em Melbourne e escritórios em São Francisco, Berlim, Paris, Londres e Rio de Janeiro, a 99designs possui, atualmente, cerca de 90 funcionários. Os designers participantes são de todo o mundo e a ausência de fronteiras é completa: não há restrição entre profissionais e países, portanto um brasileiro pode trabalhar para um indiano e vice-versa, por exemplo. A empresa já pagou mais de US\$ 60 milhões à sua comunidade de artistas.



Fonte: Propmark, São Paulo, 28 out. 2013, p. 18.