

"Gostei da dinâmica porque alerta sobre as dificuldades que temos em nossas empresas e não nos damos conta. Com isso, algumas decisões são tomadas sem nenhuma base estratégica. Os Focus Groups esclareceram os conceitos necessários para implementar políticas de crescimento mais eficazes. O aporte de capital de fora é uma realidade para a nossa comunidade e a dinâmica ajuda a nos preparar para isso". - **Cássio Alberto Lang, sócio-gerente da Safe System**



ÁLVARO GONÇALVES, DA STRATUS: o que o investidor analisa para apostar nas empresas brasileiras



RUY MOURA, DA ACQUISITIONS: mercado precisa se preparar para o movimento de fusões e aquisições



RENATO MACHADO, DA GROWING MARKET: inovação de valor como ponto-chave para atuação do canal

Além das seções de dinâmica, dedicadas ao trabalho prático de desenvolvimento dos projetos, os 112 congressistas tiveram o suporte de todo o conteúdo preparado para o *Reseller Forum*. Neste contexto, estiveram as apresentações de Ruy Moura, da Acquisitions, e de Renato Machado, da Market Growing. A contribuição dos especialistas seguiu o intuito de mostrar as alternativas de crescimento que podem ser avaliadas na construção de uma estratégia de sucesso, incluindo fusões e aquisições de negócios complementares, desenvolvimento de mercados internacionais, especialização em segmentos de negócios, ampliação da oferta de serviços, entre outras.

Dentro das possibilidades de crescimento orgânico e sustentável exploradas por Renato Machado, destaca-se a formação de alianças entre as empresas do canal, ou até mesmo a construção de uma cadeia própria de parceiros de vendas. "Houve um tempo em que o mercado era generalista e todos produziam e vendiam de tudo. Hoje, ele está especializado e ganha quem conseguir oferecer a solução mais especializada e, também, o mais vasto portfólio", analisou o consultor. Assim, o diretor da Market Growing justifica os benefícios da for-

malização de acordos com companhias de especialidade complementar.

Além disso, Machado chamou a atenção para outros caminhos que também podem levar à sustentabilidade e longevidade dos negócios, com o mapeamento de nichos ainda inexplorados, a partir do levantamento do potencial mercadológico, incluindo segmento de atuação, porte e distribuição geográfica das empresas. Ainda dentro do discurso do consultor, a inovação no valor entregue aos clientes aparece como ponto-chave na estratégia de qualquer organização.

Ruy Moura, por sua vez, enfatizou a necessidade de uma postura cada vez mais agressiva diante do processo de competitividade, o que envolve a preparação para o atual momento de fusões e aquisições do mercado. "Existem oportunidades tanto na compra quanto na venda de empresas. Se o objetivo é aumentar a linha de produtos, ou incrementar o faturamento, a companhia deve buscar um negócio que

adicione valor ao seu business", aconselhou o especialista. Já no caso da venda Moura indica entre as premissas o redirecionamento de atuação. "Existe a falsa impressão de que uma empresa que opta por vender suas operações passa por dificuldades. Essa visão, contudo, está ao poucos se dissipando, ao passo em que o brasileiro percebe que um processo claro e objetivo gera uma maior capacidade de competição", explica o especialista.

De acordo com Moura, uma empresa pode optar por três diferentes rotas de crescimento, que são: operacional (a partir da definição de um plano de negócio com objetivos de crescimento orgânico, financeira (por meio de recursos de bancos ou política de dividendos) e expansionista (com oferta pública inicial de ações). O consultor lembra que o número de IPO de companhias brasileiras saltou de 5, em 2005, para 26, em 2006. "Há uma tendência de abertura de capital por empresas na área de infra-estrutura, além de consolida-

reseller forum 2007

"Os Focus Groups nos sensibilizaram a ver o que estudamos e não colocamos em prática no dia-a-dia de nossas empresas. Por sermos empreendedores, não sabemos ser empresários. A dinâmica força a colocação da teoria na prática. As discussões mostraram que temos que nos preparar para dividir responsabilidades". - **Waldir Lourenço, diretor-comercial da Khrons (60% do capital da companhia é de investidores uruguaiois)**

ção dos segmentos de finanças, seguros, energia e construção civil", observa o consultor, que estima a entrada de 10 a 12 organizações de TI em IPO, nos próximos anos.

Como base para esse cenário otimista, o especialista aponta o momento mudança de paradigma da economia brasileira. Nos últimos 15 anos, o Brasil manteve crescimento limitado em índices de até 2,5%, enquanto a Índia, por exemplo, chegou ao patamar de 7%. "O País se acostumou a isso, assim como as empresas acabaram tendo a mesma aceitação", comenta Moura, que acrescenta: "Agora, contudo, começa a haver um novo comportamento".

A observação do especialista está associada a alguns fatores que propiciaram o aumento da credibilidade externa, como a redução da taxa de juros - até o final deste ano, a expectativa é que o índice atinja 10, 57% e, em 2008, caia para um dígito. Além disso, o País possui cerca de US\$ 163 bilhões em reservas, atualmente. Com isso, começa a ter acesso a fundos internacionais que, antes, não atendiam a países emergentes. "Desde

2004, chegamos ao patamar dos 4% de crescimento anual e, em estimativas reformuladas pelo Banco Mundial, devemos crescer 5% em 2007", diz Moura.

Para complementar o conteúdo positivo, o *Reseller Forum 2007* contou ainda com a participação de três executivos reconhecidos do mercado de TI, que conseguiram conduzir suas empresas em direção a um modelo de negócios longo e sustentável. Hélio Rotemberg, presidente da Positivo, Laércio Cosentino, presidente da Totvs e Carlos Alberto Pereira, presidente da SoftCorp, deram exemplos de como a teoria, aplicada na prática, pode render bons frutos (veja o Canal Aberto desta edição, na pág. 12).

A moderação do painel ficou a cargo de Álvaro Gonçalves, diretor-executivo do Grupo Stratus - organização voltada a investimentos financeiros em corporações. Segundo o executivo, 97% das novas companhias no mundo iniciam suas operações sem capital, o que remete à necessidade de realização de um planejamento financeiro. "Para conseguir evoluir, uma empresa deve



DINÂMICA DOS GRUPOS: 12 grupos foram chamados a desenvolver um plano de negócios para uma empresa fictícia, que deveria decidir entre adotar um crescimento orgânico ou inorgânico

"A experiência de montar um plano de negócios em pouco tempo colocou todos os integrantes para pensar e agir de forma rápida. Exercitamos valores como foco, organização, jogo de cintura e geração de idéias. Muitas vezes, o dia-a-dia pede essa agilidade para o bom funcionamento da empresa".

- **Ricardo Thomé, diretor da Brascin**

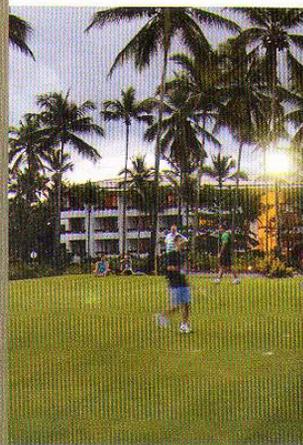
reseller forum 2007

construir algumas fontes de valor sustentável, como ética e responsabilidade social e ambiental, seguidas por inovação e diferencial de produto", pontua o profissional. Em um passo adiante, a companhia tende a buscar outros caminhos, como desenho de modelo societário e estrutura de capitais.

Em conformidade com a missão de levar ao mercado conteúdo, relacionamento e negócios, o *Reseller Forum 2007* preparou ainda uma agenda de reuniões entre os empresários do canal e os representantes de alguns dos principais fabricantes e distribuidores do País. As ações de aproximação dos elos que compõem a cadeia de distribuição tiveram continuidade também na programação de lazer, como clínica e torneio de golfe e campeonato de futebol.

Costurado todo o conteúdo do evento, cada grupo da dinâmica entregou sua proposta de plano de negócios ao comitê julgador - formado por representantes da IT Mídia, ao lado de Álvaro Gonçalves, Renato Machado e Ruy Moura. Em uma primeira etapa, o grupo elegeu os três finalistas da competição, que tiveram de montar uma apresentação de seus projetos, em cinco minutos, a fim de levar a votação ao público.

Costurado todo o conteúdo do evento, cada grupo da dinâmica entregou sua proposta de plano de negócios ao comitê julgador - formado por representantes da IT Mídia, ao lado de Álvaro Gonçalves, Renato Machado e Ruy Moura. Em uma primeira etapa, o grupo elegeu os três finalistas da competição, que tiveram de montar uma apresentação de seus projetos, em cinco minutos, a fim de levar a votação ao público.



"Todo o conteúdo apresentado foi de grande valia para a formatação do projeto. Junto com isso, o relacionamento viabilizado com outras empresas e outros tipos de gestão ajudou a formar um excelente material para elaborar o planejamento".

- **Marcelo Pinto, sócio da PPI-Multitask, integrante do grupo vencedor**

"Devido à organização do evento, rapidamente nos reunimos, e tivemos sorte de ter um grupo muito sério e competente. No primeiro dia, já definimos as diretrizes do projeto. Tivemos foco e não perdemos tempo. O modelo da dinâmica foi maravilhoso porque os consultores nos ajudaram. Com isso, poderemos aplicar esses conhecimentos em nossas empresas".

- **Márcio Quaiato Perez, diretor-comercial da Full Service**



REUNIÃO DE NEGÓCIOS (AO LADO) E GOLFE (ACIMA): momentos de lazer e relacionamento são os outros dois pilares do evento

