

JOSMAR MACHADO, DA BRASOFTWARE: 90% dos negócios da divisão de consultoria acontecem com base em parcerias

FLÁVIO DEGRANDI, DA ITBRAIN: a idéia é utilizar a capilaridade da Brasofware para vender, de forma escalável, os pacotes de serviços

Venda, e TÉCNICA

PO: SILVIA NOARA PALADINO
SPALADINO@ITMIDIA.COM.BR

Oportunidades de negócios nas médias empresas levam Brasoftware e itBrain a uma oferta conjunta de software com serviços, de forma a facilitar o acesso dos clientes do segmento à solução

A proposta de tornar a entrega de serviços uma oferta atraente e compreensível aos olhos do cliente, especialmente no mercado de médias empresas, é o componente principal da estratégia que Brasoftware e itBrain desenharam em conjunto. E os limites que determinam a esfera de atuação de cada companhia são tão simples, quanto sinérgicos: a venda de licença de software casada a implementação, suporte e consultoria.

Embora o relacionamento entre a venda e a consultoria, ambas fortemente apoiadas na aliança com a Microsoft, já tenha gerado negócios conjuntos em outros formatos de negócios, o atual movimento

significa um experimento para as companhias. A novidade é um pacote de serviços criado pela itBrain, incluindo ativos de implementação, diretório de usuários, correio eletrônico, otimização, gerenciamento de portfólio de projetos, intranet, entre outros, com foco nas médias empresas.

"Essa oferta está baseada em produtos, e isso é um atrativo para as companhias do setor, pois o cliente entende o que ele está comprando, diferentemente de projeto, que exige um trabalho mais intelectual", detalha Josmar Machado, gerente da área de consultoria da Brasoftware, responsável por comercializar o pacote de serviços, em um primeiro

momento, na capital paulista e na Grande São Paulo, mas com ambição de estender o modelo a outras regiões. Com o impulso da aliança, a empresa prevê um aumento de 30% do faturamento da divisão no mercado médio, até o final de 2008.

Para Flávio Degrandi, diretor da itBrain, a força comercial da Brasoftware combinada à expertise técnica da consultoria dá o tom da parceria. "Temos uma base de três a quatro clientes em conjunto, com esse novo pacote, pois o modelo é recente", comenta o executivo, que acrescenta: "A idéia agora é utilizar a capilaridade da Brasofware para vender, de forma escalável, os pacotes de serviços".



Os "bons" EMPREGOS

Foto: M. Machado/Contrasto

No papel da itBrain, está a prestação de consultoria para realizar uma avaliação do ambiente do cliente e criar um diagnóstico, bem como um plano de ação para corrigir ou melhorar o desempenho de seu ambiente de TI. "Os pacotes prevêem uma média de 40 horas de serviço, ou seja, a empresa consegue estimar exatamente o tempo de execução. A oferta é pouco customizável e têm mais aderência no mercado de médias empresas", reforça Degrandi.

A consultoria promoveu o treinamento de toda a equipe de telemarketing da parceira, para que os vendedores consigam detectar a oferta ideal para cada cliente, permitindo que os profissionais e a própria rede de canais da Brasoftware sejam mais ativos na venda de soluções. "O ciclo de venda de serviços é muito longo, todo o processo tem o convencimento do cliente. Com essa oferta, o ciclo é reduzido, trazendo maior lucro", destaca o diretor.

DESDE O INÍCIO

Tanto para a Brasoftware quanto para a itBrain, a formalização de parcerias que promovem a integração entre licenciamento e serviços é uma direção definida desde as origens das companhias.

Com três anos de mercado, a itBrain atende a clientes de médio a grande portes - a partir de 50 PCs - e tem foco totalmente baseado em soluções da Microsoft. "Nunca fomos uma empresa de licenciamento. Desenvolvemos esse modelo de parceria até por uma necessidade de sobrevivência", conta Degrandi, que comenta também sobre outras alianças mantidas com empresas de licenciamento e que utilizam a consultoria como um braço de delivery. "São companhias que fomentam a venda de software e, por consequência, precisam de projetos de implementação".

De acordo com o diretor, algumas alianças ainda estão em negociação, enquanto oito acordos já geram negócios mais constantes. "Temos uma média de 40% do nosso faturamento proveniente de parceiros", estima. "A Brasoftware é a primeira com a qual desenvolvemos esse modelo de pacotes, e isso faz parte dos nossos planos de médio a longo prazo. No futuro, teremos outras alianças", prevê Degrandi, lembrando que a itBrain faturou R\$ 1 milhão em 2007 e projeta dobrar esse resultado neste ano.

Já na Brasoftware, a área de serviço existe des-

de 2001 e foi concebida com a proposta de trabalhar ao lado de empresas com o perfil da itBrain. "Então, alocamos recursos dessas companhias para os nossos projetos", diz Machado, tanto que 90% dos negócios da divisão acontecem com base em parcerias. Nas contas do executivo, os demais aliados, que somam aproximadamente 45 acordos, estão mais presentes em modelos tradicionais de projetos, em contas de maior porte.


"O apelo no SMB sempre existiu, mas até então estávamos muito focados no mercado corporativo. Agora, estamos ampliando a equipe para atender também às médias empresas", conta o diretor da Brasoftware. "Como o segmento tem tido um crescimento muito grande, será necessário também ampliar o leque de parceiros". Segundo o executivo, tais acordos compõem o programa de canais da companhia.

Brasoftware Consulting detém em torno de 15% do faturamento total da revenda, atualmente, com cerca de 400 clientes. A empresa encerrou o primeiro semestre com resultado 66% superior em comparação com o mesmo período de 2007.

NOS DETALHES

As companhias não possuem um contrato que formaliza as regras de atuação da parceria, mas determinam a proteção dos direitos de cada parte, segundo Degrandi. Neste modelo de oferta de pacote por meio da Brasoftware, ambas as marcas aparecem para o cliente, embora o gerenciamento do projeto fique sob responsabilidade da revenda.

Machado recorda que o relacionamento com itBrain surgiu em um momento que a Brasoftware precisava expandir o portfólio de parceiros para infra-estrutura. "O que mudou, de dois anos para cá, é que a relação evoluiu. Quanto mais caminha, mais conhecemos os profissionais da empresa e mais afinidade existe no trabalho entre as equipes", reflete o executivo.

Na opinião do diretor da itBrain, em termos de diretrizes de parceria, há de se ter controle em relação a empresas que não buscam uma aliança, mas sim uma forma de atender a uma necessidade pontual. "Essas companhias fazem a oportunidade para ganhar dinheiro naquele momento, mas existe o perigo de não haver continuidade da relação. E aí é preciso cuidado para não ter o modelo de atuação copiado". 

"O que você ganha por atingir os seus objetivos é tão importante quanto o que você se torna por atingi-los" (Henry David Thoreau).

Identifiquei esse cenário a partir de duas situações. Na primeira, uma secretária contou-me que tinha lutado para obter uma posição em uma multinacional, sobre a qual ouviu que investia nos funcionários com ótimos benefícios. Não precisou muito tempo para descobrir que as vantagens eram canalizadas para um pequeno grupo de executivos, que desfrutavam anualmente de algumas semanas de treinamento no exterior (com a família) e outras mordomias que fariam a diferença na vida de qualquer um.

O outro caso foi o de um gerente que atuou por mais de dez anos em uma companhia global e acabou deixando o cargo para ir em busca de uma nova colocação. Ele procurou-me com o objetivo de ajudá-lo a encontrar um desses "bons" empregos. Disse-me que tinha algumas ofertas interessantes, mas nenhuma "realmente boa".

O pequeno número de "bons empregos" prejudica a evolução dos negócios, aumenta o estresse e cria barreiras na construção de bons relacionamentos.

Ao conseguir um desses objetos do desejo, a maioria dos profissionais preocupa-se em mantê-lo. Afinal, não faltam oportunistas de olho, aguardando um vacilo, ou mesmo "armando" para derrubá-lo de sua posição. E mantê-lo significa trabalhar com regras rígidas de conduta e objetivos concretos. Alguns princípios e idéias podem esperar um pouco, enquanto a posição "é consolidada". Há muito o que cuidar no dia-a-dia para garantir que as coisas saiam como o planejado.

De certa forma, a diversidade de controles instituídos nos últimos anos - Governança, SOX e outros - , embora válidos na realidade e diversidade de mercados em que trabalhamos, também se desenvolveram com a percepção de que os interesses do indivíduo costumam conflitar com o interesse da organização que o emprega.

Há um enorme custo aí embutido que poderia ser contornado se os empregos fossem considerados "bons". Mas isso requereria uma nova visão do papel das pessoas na empresa, e de sua própria missão na sociedade.

Sergio Lozinsky é consultor de tecnologia e gestão empresarial e escreve mensalmente em InformationWeek Brasil. (Artigo publicado na edição 207)

E-mail: sergio.lozinsky@gmail.com