



## Homens e Garotos

Dagoberto Hajjar\*

Estamos no final do ano e 2007 será conhecido, no Brasil, como o ano que separou os homens dos garotos. A empresa dos garotos cresceu de 1980 ao ano 2000 junto com todo o mercado e sentiu a queda na demanda de 2001 até agora. Os garotos são bons tecnicamente, mas, o mercado mudou muito, exigindo novas competências em gestão, marketing e vendas. Alguns garotos amadureceram e se transformaram em homens de negócios.

Esses homens de negócios estabeleceram planos estratégicos com metas agressivas de crescimento. Alguns buscam capital externo para forte expansão através de aquisições, outros buscam valorizar sua empresa para negociá-las em processos de fusões. Esses homens aprenderam que a empresa precisa gerar riqueza para seus sócios e acionistas. Contrataram consultores, montaram estruturas profissionalizadas com conselhos administrativos e separaram os papéis de executivos e sócios.

Esses homens estão criando políticas de atração e retenção de talentos que serão grandes diferenciais para suas empresas, uma vez que existe falta de mão-de-obra qualificada no mercado. Estão montando novas estruturas de marketing para aumentar a geração de demanda e de oportunidades, aumentando assim suas vendas e seu sucesso. Estão treinando suas equipes de vendas para oferecer “solução completa” com maior margem de lucro. Estão implementando novas metodologias e ferramentas para ter melhor custo operacional, maior agilidade e maior competitividade. Estão montando estruturas de filiais, franquias ou canais de vendas e distribuição para aumentar sua capilaridade e presença geográfica. Estão explorando ao máximo os benefícios das parcerias com fornecedores e distribuidores.

O ano vai acabar e deixará uma cicatriz profunda nos lembrando que temos que trabalhar dentro da lei. Temos que pagar os tributos de importação, temos que contratar os funcionários de maneira correta, temos que oferecer produtos íntegros e que não permitam “caixa 2”. O garoto que não cumprir a lei vai acordar na cadeia como aconteceu em Salvador e em 2 episódios em São Paulo.

O ano vai acabar e os garotos vão falar que o ano poderia ter sido melhor, quase admitindo falar que “foi ruim”. Os homens vão falar que o ano foi muito bom e que suas revendas tiveram excelente crescimento. Portanto, as revendas dos homens estarão “roubando” o mercado das revendas dos garotos.

O ano vai acabar mostrando, mais uma vez, que o número de revendas diminuiu no mercado brasileiro. Tínhamos 24.500 revendas no ano 2000 e vamos terminar 2007 com 16.000 revendas. Fortalece-se a previsão que teremos apenas 8.000 revendas em 2012. Serão revendas maiores e com presença em vários estados. Serão as revendas dos homens que “roubaram” o mercado das revendas dos garotos.

O ano vai acabar mostrando que 2007 foi o ano de consolidação da venda de infra-estrutura e sistemas transacionais, portanto em 2008, teremos um grande horizonte de oportunidades de vendas para inteligência de TI com excelentes margens de lucro. Vender inteligência de TI não é negócio para garotos. Exige muita maturidade, excelência operacional, metodologia e ferramentas, conhecimento de negócios, conhecimento de cadeias de valor, conhecimento de geração de valor para os clientes. Exige que a empresa tenha disponibilidade para investimento em pré-vendas, excelentes talentos, excelente marketing, excelente time de vendas. Coisas assim...de homens.

E os garotos? Bom, os garotos vão continuar brincando com suas empresinhas que vão estar cada vez menorzinhas...

(\* ) Dagoberto Hajjar ([dagoberto.hajjar@growbiz.com.br](mailto:dagoberto.hajjar@growbiz.com.br)) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia.

Atualmente é Diretor da GrowBiz – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.