

“O nosso enfoque é toda a oferta da Ingram Micro e não só a mobilidade”

A Ingram Micro Portugal iniciou a meio do ano passado um processo de reestruturação. Com uma posição de liderança nos terminais móveis, a subsidiária daquele que é o maior distribuidor de tecnologia do mundo pretende agora conquistar espaço no IT, sobretudo no mercado empresarial. É o que nos conta Carlos Gonçalves, country manager

Vânia Penedo



Fotografias: Rui Santos Jorge

viço logístico que começamos a mostrar é completamente diferente do que era há um ano, e estamos a conseguir angariar mais clientes. No B2C, estamos a crescer através dos periféricos e dos produtos de grande consumo.

Continuam muito focados na mobilidade?

Portugal, fruto do modelo de organização da empresa a nível europeu, cem por cento vertical, foi durante algum tempo o único país da Europa que só oferecia a área de mobilidade. E essa é, efetivamente, génese da Ingram Micro no nosso País. O que não é de todo uma limitação, antes pelo contrário, pois temos toda a estrutura montada há cerca de 20 anos e acumulamos uma experiência sólida. Neste capítulo, podemos dizer que a infraestrutura está perfeitamente preparada para cumprir com os requisitos e exigências de todos os nossos clientes – grandes e pequenos – o que nos permite olhar para as oportunidades de negócio com total tranquilidade. Também o facto de termos passado já por diversos períodos mais ou menos complicados – falo, concretamente, da conjuntura nacional e internacional – com implicações profundas nos diversos canais, faz com que tenhamos neste momento a capacidade de agir e reagir com outro conhecimento e capacidade perante o mercado. Como tal, a nossa atuação no setor da mobilidade e tudo o que até hoje conseguimos em Portugal são a base perfeita para que olhemos para as outras áreas de negócio com confiança e naturalidade. Esta realidade permite-nos dizer que o nosso enfoque, neste momento, é toda a oferta da Ingram Micro e não só a mobilidade.

Para nós é desafiante, porque temos duas realidades distintas na empresa e ambas em franco crescimento. A da mobilidade, que é a de um mercado maduro, onde temos um know-how elevadíssimo e onde somos líderes destacados. Não vemos um distribuidor que tenha as nossas capacidades na área da mobilidade, porque os grandes players desta área ou trabalham de forma direta ou numa lógica exclusiva. Por outro lado, a área de IT, onde trabalhamos operamos lógica de startup, onde ainda temos de conquistar posicionamento. Embora os nossos re-

IT Channel – A Ingram Micro está num processo de reestruturação. Como está organizado o negócio, em Portugal?

Carlos Gonçalves - Numa ótica de abordagem ao mercado, estamos centrados em três grandes áreas: consumo (B2C), empresarial (B2B) e DC/POS (Data Capture e POS), que são suportadas por áreas de vendor management, valor e mobilidade.

O negócio em Portugal divide-se de uma forma vertical, mas cruzada, ou seja, por um lado analisamos as componentes B2B e B2C, com a atuação “front office” comercial a cobrir ambas, mas por outro também suportamos o negócio numa lógica de vendor (linhas de produto), com as suas especificidades e particularidades. Neste contexto, disponibilizamos uma oferta muito alargada, que inclui nomeadamente sistemas (servidores, PCs); periféricos (monitores, ratos, teclados); visual (projetores, ecrãs de grande formato); mobilidade (telemóveis e acessórios); componentes; networking; impressoras e consumíveis; data capture; POS, passando igualmente por todos os serviços de valor acrescentado associados às diversas linhas de produto.

Como foi o ano de 2017, do ponto de vista dos resultados obtidos em Portugal?

A nossa operação está integrada numa lógica Ibérica consolidada, o que nos leva, neste momento, a atuar de duas formas distintas: existem áreas de negócio geridas a partir de Espanha, com intervenção/interlocução comercial local e outras totalmente locais. Nesse sentido, o negócio em Portugal é avaliado no conjunto das duas atividades. Embora não tendo os resultados oficialmente fechados, posso adiantar que ultrapassámos os 50 milhões de euros, resultado bastante positivo e significativo no crescimento da nossa atividade e no nosso reposicionamento em Portugal. Em 2017, os resultados tiveram um peso mais significativo por parte a área de consumo, que deriva inclusive do nosso track record local. No entanto, e fruto dos investimentos que temos vindo a efetuar, a área de SMB (com um ritmo de crescimento muito significativo) e corporate têm vindo a crescer, o que nos coloca atualmente numa situação de equilíbrio entre ambas as áreas.

No B2B estamos a crescer em small office (Dell e Fujitsu), em particular porque a qualidade do ser-

curso estejam imbuídos deste espírito, temos a todo o momento que nos posicionar, pois somos simultaneamente o “desafiado” e o “desafiador”.

Que objetivos definiram para a área do IT?

A Ingram Micro é o número um mundial em distribuição de tecnologias de informação. Na Europa não o somos, mas a estratégia é simples: ocupar a nossa posição natural. A partir do momento em que nos organizámos por forma a apresentarmo-nos ao mercado de uma forma única, o culminar deste processo tem de ser, no mínimo, alcançar o segundo lugar em cada um dos países onde estamos presentes.

Pela concentração que existe no retalho de informática, em Portugal, sentem que há mais oportunidades no mercado empresarial?

Sim, identificamos no B2B oportunidades para crescer. Felizmente, 2018 tem sido um ano interessante na mobilidade, porque as marcas que representamos estão a ter um crescimento exponencial. No primeiro trimestre deste ano, em mobilidade, crescemos mais de 40%, em relação ao ano anterior. Deve-se ao fenómeno da Nokia, que retornou ao mercado e que está a ganhar terreno em grande força, e à Xiaomi, que entrou pela nossa mão no mercado português. Mas as oportunidades, para nós, estão de facto na área do IT, em primeira instância no B2B, onde temos uma vantagem: dispomos de mais de cem contratos europeus (componentes e periféricos), válidos para o mercado português.

"O culminar deste processo de reestruturação tem de ser, no mínimo, alcançar o segundo lugar em cada um dos países onde estamos presentes"

Em que consiste, ao certo, a área de valor da Ingram Micro?

A área de valor é composta por data capture e POS, e é orientada a projetos. Todos os produtos estão baseados na Alemanha, no nosso stock central. Isto permite-nos uma entrega mais rápida e eficiente. A área de valor é uma área de parceria, na verdadeira aceção da palavra, e exige um suporte muito grande do ponto de vista de serviço. A divisão de data capture é a base para crescermos na área de valor.

O que pode o Canal esperar da Ingram Micro em 2018?

Algo que já oferecemos há muitos anos: um compromisso na relação serviço-qualidade-preço. Podem esperar o delivery que é o standard de um player como nós: ter o produto disponível a tempo e horas, a um preço competitivo.

Estamos a reforçar o nosso centro logístico em Portugal, aumentando exponencialmente a gama de produtos expedidos, que obviamente nos distinguem do ponto de vista da rapidez, flexibilidade e eficiência nas entregas.



▶ Carlos Gonçalves, country manager da Ingram Micro Portugal

Em Portugal, temos dois grandes contratos locais de IT, a Dell e a Fujitsu. Uma das primeiras decisões que tomámos, no início do ano, foi fornecer a Fujitsu a partir do nosso armazém, em Sintra, e não a partir de Espanha, como acontecia até ao ano passado.

Na Dell, estamos a concluir esse processo. Isto representa um reforço da nossa presença. Em Portugal, uma encomenda realizada até às cinco da tarde, é entregue no dia seguinte até ao meio dia.

O maior enfoque será no incremento da nossa oferta ao nível dos fabricantes, em conseguir transladar para o mercado português toda a força da oferta Ingram Micro – prevemos adicionar em breve dois ou três grandes players de IT aos nossos contratos locais.

Que serviços colocam à disposição do Canal?

A componente financeira e todos os serviços associados são um dos fatores de maior diferenciação, permitindo-nos colocar à disposição dos nossos parceiros um conjunto vasto de soluções. Soluções de pré e pós-venda são, neste contexto, uma das áreas de grande enfoque, com ofertas e respostas ajustadas às necessidades dos nossos Parceiros.

Queremos replicar as ofertas que temos na área da mobilidade, onde temos um track record reconhecido por todos. Seja o normal box-moving (a base do serviço) ou serviços de valor acrescentado para clientes e fabricantes, a Ingram Micro Portugal está apta a entregar de tudo um pouco: customização de hardware, software e packaging; logística direta e inversa; logística de reparação; serviços online e/ou eCommerce, entre muitos outros.

Por último, estamos a desenvolver programas de

fidelização para o Canal. Acreditamos, porém, que a maior fidelização que podemos oferecer é o nosso posicionamento competitivo, nomeadamente ter o produto disponível na hora certa e nas melhores condições.

No âmbito do reposicionamento no mercado português, investir em recursos humanos é uma prioridade?

É já uma realidade. Estamos voltamos para a componente mais operacional com a contratação de recursos para trabalho não especializado. Na área comercial e na área de suporte (vendor management), já identificámos as posições que pretendemos reforçar. A nível europeu, a IoT é uma forte aposta, com a divisão de Advanced Solutions.

Em Portugal, como endereçam não apenas a IoT, mas também a cloud?

A IoT é, realmente, uma área de negócio importante e que abordamos já há vários anos, com parceiros de negócio, sejam eles fabricantes ou clientes. Também a cloud é uma área importantíssima na empresa, a nível global. Possuímos uma das melhores plataformas CSP do mundo, reconhecida pela Microsoft - a nossa oferta cloud é, na sua grande maioria, Microsoft - contando já com mais de dois milhões de active seats, no nosso marketplace.

Em janeiro incorporámos uma pessoa com know-how elevado nesta matéria e dedicada em exclusivo à nossa plataforma CSP. A cloud é uma área muito importante para nós, porque temos as ferramentas e os recursos necessários. Tem vindo a trazer-nos uma posição muito interessante dentro do grupo, nesta área, porque somos uma subsidiária pequena. Mas quando avaliamos por percentagem, nesta área do marketplace cloud, começamos a ter algum peso. 