

“A GTI quer criar uma maior proximidade ao Canal”

Paulo Rodrigues deixou em julho o cargo de *sales manager & PME project leader*, na GTI, para liderar as operações do distribuidor no nosso mercado. O novo diretor-geral pretende apostar na prestação de serviços ao Canal e ajudar os Parceiros a superar os desafios do mercado

Sara Moutinho Lopes

IT Channel – Como avalia o mercado de distribuição em Portugal?

Paulo Rodrigues – O mercado de distribuição em Portugal tem vindo a testemunhar alguma turbulência nos últimos meses. Estamos expectantes em relação a 2018. Este ano, na distribuição, assistimos a um conjunto de fusões e aquisições estratégicas, que tanto envolveram negócios inteiros como apenas parte deles. Um dos exemplos mais significativos foi a aquisição, pela Tech Data, de parte do negócio da Avnet. Isto levantará diversas questões, sobretudo no que diz respeito ao financiamento dos Parceiros, à redução de *players*, e poderá mesmo causar alguns constrangimentos ao Canal, em particular na possibilidade de obtenção de financiamento através dos distribuidores. Há negócios relativos a fusões e aquisições importantes que ainda estão por concluir. Resta-nos esperar para identificar as reações dos fabricantes relativamente a estas mudanças. Considero que serão os fabricantes a ter o papel mais importante na conclusão de todas estas fusões e migrações de distribuidores.

Como foi o desempenho da GTI em 2016?

O ano de 2016 foi positivo para a GTI. Vivenciámos algumas mudanças internas, devido ao facto de termos conseguido nomear um diretor-geral no grupo com uma perspetiva de médio a longo prazo. Os planos e perspetivas da empresa estão já a ser traçados, dando-nos assim um maior impulso para o crescimento e consolidação da nossa influência no mercado português.

Como compara a posição da GTI em Espanha e em Portugal?

Durante cerca de três anos tive a possibilidade de trabalhar em Espanha e posso afirmar que não existe uma grande diferença naquilo que é a abordagem dos Parceiros aos negócios. A nível interno, identificamos que, devido ao facto de estar há mais anos em Espanha, a posição da GTI está mais consolidada. Em Espanha somos, provavelmente, um dos principais distribuidores da Microsoft, o que faz uma diferença enorme na operação. Como em Portugal não temos um acompanhamento tão direto da Microsoft —trabalhamos apenas a sua área de cloud—,



quando comparamos a operação entre os dois países concluímos que a oferta cá é menos expressiva.

Que áreas de negócio tiveram melhor desempenho e a que fatores o atribuem?

A área de segurança é uma das nossas áreas mais expressivas. Somos, provavelmente, o distribuidor com a maior oferta de segurança em Portugal. A par desta área, também o armazenamento tem atravessado uma grande evolução. O facto de os fabricantes de software e do próprio mercado estarem a investir fortemente no armazenamento, através de alianças estratégicas com fabricantes de hardware, foi um dos fatores que mais contribuiu para este crescimento. O armazenamento é uma área que vai continuar a crescer. Cada vez geramos mais dados e a informação tem de ser alojada em algum local. Nesta área verificamos que existem Parceiros que já há algum tempo têm vindo a realizar investimentos em *data centers* ou infraestruturas próprias. Ambas as áreas crescerão, embora na segurança o crescimento seja menos expressivo do que no armazenamento. Além destas duas áreas, a cloud é também um forte alvo de investimento. Contamos com uma oferta extensa neste

segmento e queremos fazê-la chegar ao mercado num contexto diferente.

O que diferencia a GTI no seu relacionamento com o Canal?

Em primeiro lugar, acredito que um dos principais elementos diferenciadores é a proximidade e é nesse sentido que queremos criar uma maior proximidade ao Canal. Aquilo que verdadeiramente nos diferencia da concorrência é o tipo de recursos de que dispomos para prestar serviços aos Parceiros. Não temos profissionais que não sejam qualificados e somos bastante criteriosos no tipo de pessoas que integramos na operação, com o objetivo de evitar ter comerciais pouco especializados. Tentamos sempre entender como é que os Parceiros querem evoluir os seus negócios e de que modo nós, GTI, poderemos acionar os nossos recursos para os ajudar. O atendimento personalizado e qualificado é a nossa maior mais-valia.

Como pretendem criar uma maior proximidade ao Canal?

Já há dois anos que um dos nossos principais objetivos é criar uma área de formação. Para tal, neces-

sitamos do apoio dos fabricantes, que nem sempre conseguem ter disponibilidade, visto muitos não terem colaboradores em Portugal.

A GTI quer assumir o papel de formador e distribuidor que certifica os Parceiros para estes poderem fazer evoluir o seu negócio. Pretendemos que os Parceiros vejam a GTI como o distribuidor que facilita o acesso à informação e que permite qualificar as suas equipas.

Como está a correr o programa Evolução PME? Há novos programas a serem lançados em breve?

O programa "Evolução PME" foi um projeto-piloto iniciado em Portugal e do qual me orgulho muito. Neste primeiro ano de existência, superou largamente as expectativas. Durante os próximos tempos iremos dar lugar a ações dinamizadoras do "Evolução PME". O projeto teve início em outubro de 2016 e desde então procuramos adicionar valor, dando aos Parceiros o acesso a determinados processos ou meios de financiamento de que estes não dispunham.

Estamos a falar de Parceiros com pouca estrutura a nível de recursos humanos e que financeiramente perderam capacidade de evoluir os seus processos e ideias de negócio. A nossa principal missão é adicionar valor, ou criar condições para que as empresas consigam financiamentos a partir dos programas comunitários.

Como vê a GTI a atual transição do mercado para modelos de subscrição?

A GTI encara esta transição como positiva. O modelo de subscrição é um modelo no qual nos revemos e que conhecemos bem.

Possuímos uma infraestrutura interna, tanto comercial como técnica, para ajudar os Parceiros na implementação e go-to-market desse tipo de soluções. Contamos com

uma ampla oferta de soluções deste modelo.

Acredito que devemos pagar por aquilo que utilizamos. É isso que o modelo de subscrição permite. Num país com a nossa capacidade financeira, não há motivos para não o considerar. Quando temos o modelo de subscrição versus o tradicional, e até necessitamos de encurtar recursos, devemos ter ferramentas que nos permitam reduzir custos a toda a escala. No modelo tradicional, como o licenciamento era adquirido a 12 meses, não era possível reduzir custos. O modelo de subscrição permite que, quando existe a necessidade de redução de custos, os primeiros alvos não sejam as pessoas.

Precisamos das pessoas, e no passado muitas vezes não existia opção senão cortar nos recursos humanos.

“Se as empresas não apostarem na certificação e qualificação dos seus recursos, os fabricantes vão deixar de lhes dar apoio”



▶ Paulo Rodrigues, diretor-geral da GTI

Fotografias: Rafael Antunes

Os Parceiros estão preparados?

Sim. No programa "Evolução PME", inclusive, insistimos bastante na certificação de Parceiros. Tentámos entender que bases de dados é que trabalhavam, as suas necessidades, e fomos qualificando os Parceiros em algumas tecnologias-chave destes modelos de negócio voltados para a subscrição.

Em Portugal as PME ainda não têm a total noção do valor que este modelo de negócio oferece. Para as grandes empresas, recrutar 20 ou 30 recursos não será certamente um problema, porém, numa empresa média ou pequena, é um enorme problema quando existem cinco recursos e dois têm de ser retirados pelo facto de a infraestrutura não ter sido bem

gerida. O maior desafio, para os Parceiros, é chegar ao mercado das PME em Portugal e dar-lhes a entender que o modelo de subscrição é o que mais se adequa à sua realidade.

Existem Parceiros muito

bem preparados, mas ainda se verifica uma grande resistência por parte do cliente final para a adoção do modelo de subscrição.

Quais os principais desafios do Canal de IT em Portugal?

Nos últimos três anos tem-se falado bastante de Big Data, no entanto, não conseguimos decifrar quando é que se tornará uma realidade. O número de Parceiros preparados para isto é baixo, pelo menos é a perceção que temos, sobretudo no sul da Europa. Houve Parceiros que inclusivamente tinham já realizado algum investimento e tiveram de o interromper pois não tinham acesso a recursos devidamente qualificados, ou a possibilidade de realizar certificações gratuitas.

De certo modo, este cenário assemelha-se ao que aconteceu com o modelo cloud. Existem Parceiros que começaram a desenvolver o modelo cloud em 2009 e muitos deles só hoje reconhecem que este foi o melhor investimento que realizaram, pois foi a forma que encontraram para se manterem no mercado e angariar mais clientes.

Os desafios que se avizinham, especialmente no mercado português, deverão estar relacionados com o pouco comprometimento dos Parceiros em relação à certificação dos seus recursos humanos. Existem recursos bastante ricos, contudo, por vezes falta-lhes especialização, talvez devido ao facto de o ciclo de negócio ser moroso e de nem todas as empresas terem a capacidade de investir. Se as empresas não apostarem na certificação e qualificação dos seus recursos, os fabricantes vão deixar de lhes dar apoio. Nós, enquanto distribuidor, temos a possibilidade de facultar um grande apoio aos Parceiros, devido à nossa relação com os fabricantes e à quantidade de iniciativas formativas que levamos a cabo.

Quais as perspetivas da GTI para o próximo ano?

O principal objetivo da GTI é crescer a dois dígitos e consolidar a presença em Portugal. O programa "Evolução PME" ajudou-nos muito a deixar de ser um distribuidor apenas voltado para o mercado de Parceiros corporativos, dando a possibilidade de chegar às empresas de menor dimensão. Neste sentido, estamos a trabalhar ainda para ter uma equipa de suporte dedicada à pequena e média empresa. Para tal, trabalharemos com equipas especializadas no nosso portfólio de soluções, criando deste modo uma maior proximidade ao Parceiro sem ser necessário recorrer a equipas de pré-venda. Acreditamos, deste modo, que seremos capazes de crescer a um ritmo mais elevado durante o próximo ano. ■