



Varejistas garantem crescimento de 50% ao Grupo Linx

Notícia de 01/07/2011

Brasil Econômico - SP

EMPRESAS - Matéria de destaque

Jornal

Pg. 20

409.76 cm²



Capa



Página Interna

CLASSIFICAR

Varejistas garantem crescimento de 50% ao Grupo Linx Estela Silva esilva@brasileconomico.com.br Após a aquisição da desenvolvedora de software gaúcha CustomBS, consolidando a sétima compra desde 2008, o Grupo Linx, especializado em soluções de tecnologia em gestão para o varejo, pretende ampliar a posição da companhia no sul do país. A estratégia de expansão regional associada ao atendimento de toda demanda de varejo foi planejada por ser um dos segmentos de crescimento mais expressivo.

Segundo o estudo Global Retail Development Index (GRDI), da consultoria A.T. Kearney, o Brasil lidera o levantamento que classifica os 30 principais países emergentes dos quais os varejistas globais devem participar.

Para compor o ranking, foram listadas 25 variáveis dentro de quatro categorias: risco econômico e político, atratividade do mercado, saturação do mercado e pressão do tempo (diferença entre o crescimento do PIB e crescimento do varejo).

Michael Moriarty, sócio da A.T. Kearney e colíder do estudo, diz que o Brasil é atraente devido seu crescimento anual de 5% pelos próximos cinco anos e população com poder de consumo crescente.

De acordo com Alberto Menache, presidente do Grupo Linx, o foco da empresa é atender ao segmento atuando em diferentes negócios, como sistemas, telecomunicações, logística e prevenção de perdas.

"Atendemos ao varejo como um todo, pois é um dos mercados de maior expansão. Tanto que vamos fazer mais duas aquisições de empresas ainda este ano para atender áreas do varejo nas quais ainda não atuamos.

Neste mercado, é comprar ou ser comprado." A opção do grupo foi a primeira alternativa, iniciada há três anos, com gastos de R\$ 150 milhões em aquisições até o momento.

O crédito é facilitado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), sócio da empresa desde que a crise mundial se instalou em 2008, já que os fundos de private equity saíram do país durante a crise. Desta forma, o grupo que existe há 26 anos especializado em softwares para vestuário e calçados, migrou para supermercados, home centers, farmácias, eletroeletrônicos e eletrodomésticos e concessionárias.

Para Sílvio Laban, professor de Marketing e Coordenador dos programas de MBA Executivo do Inspere, o foco no varejo restringe o negócio, mas tem suas vantagens. "As fusões e aquisições não justificam a aposta num segmento, pois isso está acontecendo em todo o mercado. Com a especialização, a empresa deixa de atender outras verticais, mas consegue oferecer soluções mais aderentes", explica Laban.

Com clientes do porte de Carrefour, Walmart e Magazine Luiza, os negócios do grupo Linx têm rendido crescimento de 50% ao ano. O faturamento previsto para 2011 é de R\$ 200 milhões, sendo que em 2010 atingiu a marca dos R\$ 140 milhões.

"Planejamos manter este crescimento de 50% ao ano e para isso vamos continuar as aquisições. A movimentação do varejo também faz com que o nosso negócio cresça com o mercado, pois nossos clientes em geral estão do lado comprador e acabam adotando nossa tecnologia." Além de aquisições e expansão dos negócios, a empresa considera voos mais altos.

"Queremos também abrir capital, mas este ano a bolsa não está favorável." ■

Kronos se adapta para voltar ao país

Por não oferecer um software de ponto eletrônico compatível com o mercado brasileiro, a Kronos encerrou suas atividades no Brasil após dois anos de atuação. "O Brasil era muito avançado em tecnologia e a concorrência era muito grande, nossa engenharia não era tão preparada para a expansão global, diz Luis Moura, diretor da Kro ainda", nos para America Latina e Caribe e responsável pela empresa no Brasil.

O executivo comandou a operação local por dois anos, e como as expectativas financeiras não foram correspondidas, a operação foi encerrada e o executivo foi transferido para a matriz da empresa na Flórida para atuar na América Latina e

Caribe, com exceção do Brasil. "Por ser o único país da região que não fala espanhol, demoramos mais para trabalhar o sistema aqui, que além de tudo exigiria tradução para o português".

No mês passado a empresa retornou ao Brasil após 13 anos e instalou seu escritório em São Paulo, atraída pela economia forte e o bom momento do varejo, no qual a empresa tem experiência.

No mundo, o segmento responde por 19% da sua receita.

Antes mesmo de chegar definitivamente nas terras nacionais, já conquistou os clientes Arcos Dourados (McDonald's) e Renner. "Agora estamos preparados para competir com uma solução completa de gerenciamento da força de trabalho, que envolve software e hardware para controle dos funcionários e sistemas analíticos, que permitem aos gestores enxergarem a situação dos empregados como um todo", diz Moura. Ele acrescenta que os benefícios são controle de custos de mão de obra, conformidade com a legislação e melhoria de produtividade.

A Kronos fatura aproximadamente US\$ 740 milhões no mundo com escritórios em 11 países e planeja alcançar um faturamento de US\$ 1 bilhão nos próximos dois anos. O plano inicial é que o Brasil alcance 1% da receita global nos próximos 30 meses. ■ E.S.

