

OS FINALISTAS



GRUPO SACI PERERÊ: mudança de foco, de nome da empresa baseada em aquisições e valorização dos recursos humanos

GRUPO VENCEDOR

SACI PERERÊ

INTEGRANTES:

Alzira A. Carvalho Filho, da Tecnológica S.A.
Cesar Leite, da Processor S.A.
Claudio Dias, da Syntax
Douglas Mavajas, da Skill-Computer Services
Emerson Cláudio da Silva, da Space Tech
Flávio Bassi, da Planus
Marcelo F. Pinto, da PPI-Multi-task
Maurício Lima, da Tech Supply/Invest Tech
Tuffy Nader, da Proad

O PROJETO:

O plano traçado pelo grupo apresentou como pilar principal o incremento das atividades da empresa, posicionada como revendedora de valor agregado, com o fornecimento de uma solução própria de segurança para o mercado de prestadores de serviços financeiros. Para isso, os participantes elaboraram uma estratégia de expansão por aquisições, posicionamento da nova marca, investimentos em pesquisa e desenvolvimento, valorização dos recursos humanos internos, entre outras medidas. A implementação dos novos planos, de acordo com o projeto, exigiria a contratação de uma consultoria para oferecer apoio ao processo de aquisição de três empresas. O investimento foi justificado pelas propostas de complementar o portfólio de produtos, com ferramentas capazes de garantir receita, agregar competências na prestação de serviços e, por último, absorver conhecimento técnico e mercado de um pequeno concorrente. Paralelamente, o grupo apontou os esforços para implementação de um sistema de gestão, contratação de consultoria voltada a aprimorar os processos internos, investimentos em infraestrutura e criação de ações de marketing. Além disso, propôs a captação de agentes comerciais para atendimento ao setor público e a regiões fora do eixo Rio-São Paulo. Como resultados das ações, a equipe estimou um aumento de 30% ao ano da EBTIDA da companhia, bem como o alcance de um faturamento de R\$ 35,3 milhões, em 2010.

GRUPO BOITATÁ

INTEGRANTES:

Alexandro Guaraldo, da Ez Security
Danilo Terence, da Análise Informática
José Laska, da Agfa HealthCare
Magna de Queiroz Cruz, da Allen Informática
Marcelo Pallota Santos, da First Tech Tecnologia
Márcio Perez, da Full Service
Maurício Cacique Andrade, Flag Informática
Olavo Bastos, da Chipnet Computadores
Oscar Delgado, da Halógica Tecnologia
Silvio de Campos, da Accept Brasil

O PROJETO:

O grupo previu o reposicionamento da empresa com a oferta de Managed Services, que envolve, basicamente, o gerenciamento remoto da infra-estrutura do cliente, com uma estratégia baseada na entrega de serviços técnicos sob contrato. Para isso, pontuaram ações de recursos humanos e, paralelamente, o posicionamento da nova oferta voltado ao mercado de médias empresas, a expansão das atividades para outros territórios e o aumento da carteira de clientes. Iniciativas de marketing, como investimentos na imagem da companhia, geração de demanda por meio de telemarketing, ataque à base instalada, formalização de alianças estratégicas através de entidades de classe, contratação de assessoria de imprensa e criação de um plano de Referrals Customer também ilustraram a proposta do grupo. O prazo definido para retorno de investimento foi de 36 meses. Neste sentido, o grupo propôs o aumento de 850 novos clientes e 117,80% do faturamento bruto obtido com a nova oferta, além de retorno de 30% sobre o capital investido acrescido de R\$ 1.107.200,00 de lucro líquido no fim do período.



GRUPO MARACATU

INTEGRANTES:

Alexandre Alencar Borba Thomaz, da CDS
Ana Luiza Couto, da CDS
Andrea Quadros, da BRQ
Antonio Augusto Franco Maciel, da CDS
Carlos Alberto Barros Costa, da Bricom
Carlos Roberto Motti, da Computeasy
Francisco Eduardo dos Anjos Teixeira, da Brasp
Marcus Brum, da Brasp
Mauro Lepinsk Molino, da Cimcorp

O PROJETO:

Romper o modelo de atuação da empresa, de fato, atrair 95% dos negócios a serviços de alto valor foi o principal objetivo do plano de negócios desenvolvido pelo grupo. Com o nome de Clean Technology, a empresa traçou um novo caminho rumo à integração de canais e elaborou três principais ações táticas. A primeira responde pelo investimento de R\$ 2 milhões para reforço de caixa, reestruturação da equipe de vendas, formação de um canal de vendas, capacitação das áreas técnicas e, ainda, desenvolvimento de comunicação e marketing. Outros R\$ 2 milhões seriam aplicados na aquisição de uma consultoria especializada, que daria mais sustentação ao plano de produtos. Por último, o grupo propôs a criação de um novo serviço, batizado de WashMail. A solução seria baseada em um ciclo de vendas rápido, por isso o modelo de negócio estaria baseado em um time de canais. Além disso, a empresa teria investimento máximo de R\$ 1 milhão e geração de receita mensal de R\$ 500 mil, contra uma despesa de R\$ 100 mil. De acordo com o projeto, o retorno do investimento se daria em 17 meses. Em 2010, a empresa chegaria a um faturamento de R\$ 37,5 milhões.