JOÃO MARTINS, CEO DA CILNET, A LOGICALIS COMPANY

"TEMOS QUE TER A FLEXIBILIDADE PARA, SE O NEGÓCIO CRESCER, CONSEGUIR NO DIA QUE O IT ACOMPANHE ESSE CRESCIMENTO"

João Martins, CEO da Cilnet, a Logicalis company, aborda o que as organizações nacionais estão a fazer de bem e de diferente para terem sucesso nos mercados onde atuam e fala, também, da possível perda de cultura empresarial que as organizações vão enfrentar.

HENRIQUE CARREIRO E RUI DAMIÃO

De forma resumida, qual é a história da Cilnet?

A Cilnet surgiu no ano de 2000, resultado de um *spin off* que fizemos numa empresa – na altura de maior dimensão – que era a Cil, que representava quase em exclusividade a Dell em Portugal, e criámos um departamento de comunicações.

Percebíamos que o negócio da Cil estava muito alicerçado pela Dell, e queríamos inovar de alguma maneira. É complicado fazê-lo dentro de uma companhia que tem uma rentabilidade ótima, que vive muito de um fabricante, que não sente muita necessidade de inovar e de se transformar.

A Cil ficou com, na altura, 80% da participação da companhia. Pedimos, deram-nos essa oportunidade de começarmos a trabalhar enquanto departamento de comunicações na área do *networking*. Foi isso que aconteceu, tivemos essa oportunidade, trocámos imediatamente de instalações e definimos o nosso caminho: especialização e foco.

Criámos duas empresas ao longo deste percurso, há cerca de três anos, uma de virtualização, outra na área de desenvolvimento aplicacional, e estávamos a tentar adquirir uma empresa de segurança. Isto, antes da compra por parte da Logicalis.

Relativamente à empresa de virtualização, essa opção apareceu exatamente no tempo certo.

Foi antes do tempo, diria. Agora está integrada dentro da Cilnet, mas a verdade é que quando digo que foi antes do tempo do ponto de vista de rentabilidade para o acionista porque a recetividade da virtualização, que era um grande tema para nós, que quisemos mesmo apostar e senti que era o momento – zero visionário em relação à COVID-19, como calculam. Senti que a virtualização do *desktop* fazia sentido pela gestão e pelo facto dos serviços geridos que eram uma grande aposta nossa começar a ser uma realidade.

Claro que agora faz todo o sentido; quando foi a situação da COVID-19, tivemos imenso trabalho nos primeiros meses para implementar soluções que até agora não tivemos grande recetividade porque, obviamente, os decisores olhavam para isto como aqueles momentos em que o empregado vai estar em casa a trabalhar, daqueles momentos que o administrador entra

às nove da noite para ver como é que estão os números, não via muita aplicabilidade efetiva nessa virtualização, nessa simplificação e gestão.

A parte de desenvolvimento aplicacional foi muito focado. O que fizemos foi pegar no bom *legacy* com a Cisco, que tem API, para podermos desenvolver em cima das suas soluções. Focamo-nos em como é que aproveitamos o conhecimento que temos do negócio do cliente, adaptar e diferenciar-nos dentro de um mercado que é, cada vez mais, difícil de se diferenciar.

Dou-vos um exemplo concreto: temos soluções próprias de contact center que assentam no as-a-Service, em que a Cisco não tinha, até há um mês, um Contact Center-as-a-Service. Desenvolvemos um Contact Center-as-a-Service que conseguimos dar a clientes médios, as mesmas funcionalidades que os grandes clientes do contact center enterprise têm. Fizemos esse desenvolvimento, funcionalidades específicas, integração com *social media*, uma série de coisas que o fabricante ainda não tem. Por vezes, antecipamos o *roadmap* do fabricante para as necessidades do nosso cliente, mesmo antes de serem lançados.

Nós sabemos que, muitas vezes, as primeiras versões dos fabricantes não são necessariamente completas, antes pelo contrário. Se calhar vocês estão dois ou três anos à frente daquilo que o fabricante está a pensar fazer.

E é bem visto pelo fabricante, porque tentámos, nestes últimos anos, complementar a oferta do próprio fabricante. Não trabalhamos com outros fabricantes, mesmo que tenham uma determinada oferta que procuramos. Foi um bocadinho por aqui que criámos a DXNet, que é a empresa de desenvolvimento aplicacional que a Cilnet tem, que continua a ser uma empresa autónoma neste momento. A VX, que é uma empresa de virtualização, e que foi integrada, neste momento é um departamento.

Têm neste momento uma parceria forte com a Cisco, Dell EMC, Citrix. Do lado da cloud, têm alguns parceiros que sejam de referência?

Temos alguns parceiros de referência. Neste momento, é uma forte aposta do grupo. Aí sim, já depois da Logicalis adquirir a Cilnet, temos uma parceria com a Microsoft.

Microsoft vai ser, até ao final do ano, o segundo maior parceiro da Logicalis, porque precisamos mesmo disso. Nós precisávamos de ter uma história completa de cloud para contar. É evidente que trabalhamos hoje em dia com 20 ou 25 fabricantes, mas, no final do dia, os fabricantes *core*, porque acabamos por ter negócios com muitos fabricantes, mas os fabricantes *core*, aqueles com que realmente fazemos muito volume, que trabalhamos, fazemos certificações, são quatro ou cinco, e são Cisco, Dell e Microsoft, acima de tudo.

E, de alguma forma, concorrem, mas também são bastante complementares, não há um *overlap* demasiado grande.

Há algum, mas, no final do dia, o que me interessa mais é a complementaridade. Entre a Microsoft e a Cisco, neste momento, é a complementaridade. Nós ainda não somos muito fortes na Microsoft em Portugal, mas daqui a um ano vamos ser.

Qual é a área de foco?

O Azure é, claramente, a área que nós queremos. Depois, as outras áreas são áreas que temos que gerir de outra forma. A parte da colaboração é, obviamente, uma zona cinzenta que temos que gerir, pode ser complementar. A própria Cisco e a Microsoft, neste momento, estão a trabalhar em conjunto para que os equipamentos da Cisco funcionem com as soluções da Microsoft, e as soluções da Microsoft também possam usufruir dos equipamentos da Cisco.

O que é que os vossos clientes melhor sucedidos estão a fazer de bem, o que é que estão a fazer de diferente?

Os clientes que acho que estão a executar melhor e que estão a tirar melhor proveito das diferentes abordagens que hoje em dia a tecnologia pode dar, são clientes que não são fundamentalistas em relação a uma tecnologia em detrimento da outra. São clientes que têm *open mind*, têm uma estratégia base muito bem definida. Têm que saber o caminho. Não interessa como é que se chega lá, isso é a outra parte da história que nós – e outras empresas – podemos ajudar. É perceber o seu negócio, onde é que querem realmente chegar com o seu negócio, como é que o querem impactar.

O as-a-Service e os modelos de consumo, fazem todo o sentido para o cliente. Acho que os clientes mais bem-sucedidos vão ser aqueles que souberem e conseguirem usar melhor este tipo de modelo porque – ainda agora esta crise nos veio provar isso – não podemos estar agarrados a modelos. Temos que ter a flexibilidade para, se o meu negócio crescer, no dia conseguir que o IT acompanhe

esse crescimento e que consiga colmatar essas necessidades; se o meu negócio decrescer então, também tranquilamente e sem tomar decisões, naturalmente, a minha fatura também baixa. Os modelos de consumo, ou baseados em consumo, em função das necessidades, são os modelos de futuro. Agora, tudo isto é muito giro, mas acho que ainda não temos a maturidade para conseguir, de uma forma simples, propor isto aos clientes, pelo menos a clientes que não tenham realmente um caminho muito bem definido, uma dimensão que o permita… e mesmo esses clientes, em todas as tecnologias, não podem ainda fazer isto porque os próprios fabricantes e integradores também estão agarrados a modelos do passado.

Receia a perda de cultura empresarial por causa da pandemia? O que é que eventualmente se pode fazer para que isso não aconteça?

Tenho receio porque na Cilnet, e agora na Logicalis, temos consciência de que isto vale a pena só pelas pessoas. As pessoas são o mais importante para mim. Tudo o resto, hoje é com um, amanhã pode ser com outro. A grande questão é realmente o *know how* e manter pessoas de qualidade.

O mercado de trabalho tem um problema, onde cada vez mais é mais ou menos inócuo trabalhar em Portugal para Portugal, ou em Portugal para qualquer outra geografia do mundo, principalmente em desenvolvimento aplicacional. Noutras áreas era menos óbvio, mas em áreas de engenharia já era óbvio, tirando os técnicos de terreno.

Nós estamos a trabalhar num sistema de espelho desde que foi possível. Mesmo assim, das cem pessoas, em vez de, se calhar, 35, tenho dez ou 12. A verdade é que, lentamente – porque as pessoas gostam de estar, têm saudades de estar entre elas – já começo a ter, algumas vezes, 20, sem imposição. As pessoas acabam por estar comigo, com o seu diretor, vamos almoçar juntos… são coisas que continuamos a promover cada vez mais.

Se as pessoas forem frias na sua análise, o que é que as prende? No final do dia, é salário. E se tiver alguém a pagar 200 dólares à hora, e as pessoas estão à mesma no seu país? Isto faz com que seja muito difícil a retenção de talentos.

Temos aqui desafios em relação ao futuro de retenção de talentos, isso aí acho que é o maior desafio dos gestores para os próximos anos. Não há fronteiras físicas. As pessoas poderem ficar no seu país a trabalhar com a empresa lá fora. Esta é a grande diferença, mesmo lá fora as pessoas não vão ao escritório. A Cisco, a Amazon, a Google, as pessoas não vão ao escritório, estão proibidos, não vão. É igual. Como é que se vai fazer isto? Este é o grande desafio dos próximos anos, e a COVID-19 ajudou mesmo muito nisso, a criar este desafio ainda maior. Não há mesmo barreiras. ■