

## [23/4/08] Especialização faz a diferença



Nelson Castello Branco, diretor de marketing e alianças estratégicas, diz que investimentos em inovação são estratégicos uma vez que o grupo Linx atua num mercado altamente competitivo.

O Grupo Linx, cuja principal divisão é a fornecedora de software ERP Linx Sistemas, registrou em 2007 um faturamento de R\$ 32 milhões. Os investimentos categorizados como pesquisa e desenvolvimento representaram 6,8% do montante, bem acima da média do setor brasileiro de tecnologia como um todo.

Nelson Castello Branco, diretor de marketing e alianças estratégicas, diz que a empresa considera estratégicos esses investimentos uma vez que a empresa atua num mercado altamente competitivo. “Nossa base de clientes vem percebendo uma grande melhoria na qualidade do atendimento e nas inovações que nossos produtos e serviços apresentam”, complementa

Fundado em 1985, o Grupo Linx conta hoje com mais de 1.000 clientes no Brasil, América Latina e Europa e mais de 200 colaboradores na sua matriz paulista, além de unidades de relacionamento e parceiros distribuídos por todo o Brasil e no exterior.

A empresa é focada exclusivamente empresas de varejo, em segmentos como vestuário e calçados, dentre outros. São clientes empresas como Puma, Daslu, Hering, Forum, Richards, Vila Romana, TNG, Ellus e Luigi Bertolli.

A estrutura da empresa é composta pelas divisões Linx Sistemas, Linx Logística, Linx Telecom e Linx Fast Fashion. A Linx Sistemas atua no mercado de soluções corporativas informatizadas para gestão de empresas por meio de seu ERP voltado ao segmento.

A Linx Telecom, anteriormente denominada Conectef, é focada no outsourcing de soluções de conectividade e telecomunicações para o varejo. Por meio de sua rede dedicada, interliga matriz e filiais promovendo o tráfego de dados, TEF dedicado e mais recentemente VoIP, entre outros serviços. Entre os clientes estão Cinemark, Casa das Cuecas, Copenhagen, Calvin Klein, VR, Brookfield, M. Martan e Grupo Severiano Ribeiro.

A Linx Logística, especializada em logística interna, desenvolve soluções integradas para otimizar os processos de movimentação, distribuição e armazenagem de matérias-primas, produtos semi-acabados e mercadorias em geral, por meio de consultorias, locação, comercialização e implementação de equipamentos de movimentação, armazenagem e separação de pedidos.

Anteriormente denominada Móstoles do Brasil, distribui com exclusividade no Brasil os produtos da marca espanhola Mostoles Industrial e das marcas holandesas DISTRISORT e AMBAFLEX. São clientes empresas como Casas Bahia, Lojas Americanas, Renner, Zara, Casas Pernambucanas e Submarino.

A Linx Fast Fashion atua como operador logístico com foco nos ramos têxtil e vestuário assumindo todos os processos de logística como recebimento, manipulação e armazenagem de produtos, separação e expedição de pedidos para lojas próprias, franquias e multimarcas; além da gestão de fretes.

Também fornece informações que ajudam os clientes na tomada de decisões estratégicas de compra (Open to Buy), sortimento (Assortment Planning), distribuição e reposição (Allocation) de mercadorias com o auxílio das mais modernas ferramentas de planejamento de varejo.