



Grupo Linx cria diretoria de marketing e alianças estratégicas

Quem assume é Nelson Castello Branco que já atuava na empresa como gerente

São Paulo, janeiro de 2008 – O Grupo Linx, desenvolvedor de produtos, serviços e soluções que otimizam os negócios e aumentam a competitividade de mais de mil clientes, acaba de criar a diretoria de marketing e alianças estratégicas. Para assumi-la, promoveu Nelson Castello Branco ao cargo de diretor. O executivo, que já atua na empresa há mais dois anos como gerente da mesma área, tem como missão contribuir para o crescimento do grupo, que faturou R\$ 31 milhões em 2007, representando um crescimento de 20% em relação ao ano anterior.

Durante o período em que atuou como gerente, Castello Branco estruturou a área de marketing, desenvolveu ações para fortalecimento da marca e teve uma participação efetiva no crescimento dos negócios do Grupo Linx. Contribuiu para o aumento de *market share* e criou uma área para alianças estratégicas inaugurada com a parceria firmada com a Microsoft, garantindo a venda de produtos da multinacional em condições especiais para os clientes da Linx. Apoiou também a criação de uma nova divisão do grupo, a Linx Fast Fashion, um operador logístico para empresas do ramo têxtil e do vestuário.

Nesta nova etapa, Castello Branco quer ampliar os canais de comercialização de produtos e serviços e expandir os negócios do grupo que conta com mais 180 colaboradores na matriz, além de unidades de relacionamento e parceiros distribuídos por todo o Brasil e também no exterior. “Já estamos procurando parceiros em novas regiões, principalmente nos grandes pólos de negócios do interior de São Paulo, que têm grande carência de soluções verticalizadas”, explica o diretor. Em franca expansão, o grupo não descarta, ainda, a compra de empresas de soluções complementares que tenham faturamento de até R\$ 10 milhões.

Nelson Castello Branco já trabalhou em empresas como Totvs, PriceWaterhouseCoopers, Grupo Comolatti e Terco Auditoria e Consultoria, nas áreas de atendimento e relacionamento, canais, alianças, novos negócios, consultoria internacional e marketing. Ele é formado em Administração de Empresas com MBA em marketing pela Universidade Anhembi Morumbi e pela Universidad Andrés Bello, no Chile. Castello Branco é, ainda, professor de graduação e extensão em marketing.

Sobre o Grupo Linx:

Fundado em 1985, o Grupo Linx desenvolve produtos, serviços e soluções que otimizam os negócios e aumentam a competitividade de seus clientes. Contamos hoje com mais de 1.000 clientes no Brasil, América Latina e Europa e mais de 180 colaboradores em nossa matriz, além de unidades de relacionamento e parceiros distribuídos por todo o Brasil e no exterior. Especializado em soluções tecnológicas para empresas de varejo, em segmentos como vestuário e calçados, dentre outros, o Grupo Linx é composto pelas divisões Linx Sistemas, Linx Logística, Linx Telecom e Linx Fast Fashion.

A *Linx Sistemas* atua como líder de mercado de soluções corporativas informatizadas para gestão de empresas de varejo com destaque para os setores de vestuário, calçados, presentes, dentre outros, por meio de seu ERP voltado ao segmento. São clientes empresas como Puma, Daslu, Hering, Forum, Richards, Vila Romana, TNG, Ellus e Luigi Bertolli.

A *Linx Telecom*, anteriormente denominada Conectef, é a única empresa 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 Distisort 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.

Em 2007, o Grupo Linx destacou-se entre as "100 Maiores Empresas de Serviços Corporativos", do IDG Brasil; as "100 Pequenas e Médias Empresas que mais crescem no Brasil", da revista Exame PME; "As 200 maiores", da Informática Hoje, todos pela segunda vez e ainda entre "As 200 Maiores Empresas de TI"; da INFO Exame e "As 50 maiores Empresas de Software" pelo Anuário Série Estudos.

Informações para a imprensa:

Grupo Linx

EPR Comunicação Corporativa

11 3815-2910

Edna De Divitiis – edna.d@epr.com.br

Mariana Busanelli- mariana@epr.com.br