



FERNANDO AMARAL, CEO DA ALIDATA



# TRAZER AS OFICINAS PARA O SÉCULO XXI É UM PROCESSO INFORMÁTICO... E HUMANO

RESPONSÁVEL MÁXIMO DA ALIDATA FAZ UM BALANÇO DOS 35 ANOS DA EMPRESA, HOJE, PARTE DO SENDYS GROUP, E DA SUA PRÓPRIA HISTÓRIA. UM OLHAR PERSPICAZ E ANALÍTICO SOBRE O PASSADO, PRESENTE E FUTURO DO SETOR POR Jorge Flores

# D

De pensamento rápido e acutilante, Fernando Amaral é um homem de paixões fortes. E olhar analítico. Seja a fotografar animais selvagens, nas selvas africanas, ou grandes metrópoles, por todo o mundo (com uma qualidade profissional), seja a observar a evolução informática e digital do setor e da própria sociedade. Formado em Direito, cedo despertou para a informática, “bichinho” que levou a melhor e que o levou a entrar para a Prológica. Não mais parou. Comprou sempre as empresas onde trabalhou. A Alidata não foi exceção. Era ainda muito novo e estava longe de imaginar (ou talvez não...) que um dia lideraria esta empresa que, atualmente, pertence ao Sendys Group e que, em 2019, celebra 35 anos plena de saúde. Em 2018, o volume de negócios ascendeu aos 4,2 milhões de euros, garantido uma carteira de 6.300 clientes diretos, números dos quais, 32% e 35%, respetivamente, dizem respeito ao *aftermarket* automóvel.

**A Alidata celebra 35 anos. Recuemos no tempo. Ainda se recorda desses primeiros tempos da empresa?**

Parece que foi há uma eternidade. Vivemos tempos fantásticos. De muita mudança. Se olharmos para os últimos 10 anos, parece que passaram 100. Tudo era muito diferente. Estamos a falar dos

primórdios da informática, do PC a 4.77 MHz, de computadores que trabalhavam apenas com disquetes. A Alidata começa numa realidade completamente distinta da atual.

**Tudo mudou com a entrada para o Sendys Group...**

O que mudou, essencialmente, foi a diversidade da oferta. Hoje, temos uma capacidade de prestar serviços muito mais completa do que era quando a Alidata, a Sendys ou a Marca Criativa atuavam de forma isolada. Hoje, conseguimos ter uma oferta para os clientes que vai desde sistemas, *aos software*, às *apps*, toda a área da digitalização das empresas. Tudo isto, numa única proposta de oferta de valor para o cliente. Isto é um conforto, quer para nós – tenho de admiti-lo, também, porque controlamos todas as circunstâncias – quer para o próprio cliente, que não precisa de interagir com vários parceiros.

**Uma das filosofias da empresa é ter produtos diferentes para diferentes áreas de negócio. Não é possível fazer um produto que sirva a todos. É isso?**

Essa é uma das grandes diferenças, em termos estratégicos, que temos em relação a outras empresas da nossa área. Não acreditamos que exista um produto único para a indústria, para as oficinas, para a manutenção, para empresas de serviços, para pequenas empresas. Daí termos três ERP, que correspondem a três soluções completas e distintas para áreas de negócios ou entidades e empresas diferentes. Fazemos projetos em dezenas de geografias diferentes. Cada caso é um caso e uma realidade distinta. Às vezes, perguntam-nos o que temos de oferecer ou qual é a solução para um determinado cliente. É fácil: basta fazer uma ou duas reuniões e é perfeitamente claro e evidente qual é a solução adequada aquele cliente.



**Falando em particular do setor automóvel, quais as soluções que destacaria?**

O setor automóvel precisa de fazer faturas. Tem isso em comum com qualquer outra empresa. Mas tudo o mais é diferente. Desde integração com *softwares* de orçamentação, ligação a companhias de seguros, ligações específicas a máquinas que existem em chão de oficina. Há uma série de

nomeadamente em Portugal, não vivemos tempos de desafogo financeiro nas organizações. Logo aqui, temos de ter uma diferença entre o querer e o conseguir fazer. O desejar é uma coisa. O conseguir concretizar está num plano diferente. E nesta ponte, a questão financeira, obviamente, tem uma importância enorme. Depois, de uma forma mais geral, a crise que tivemos no passado trouxe

cinas, quer se queira quer não, daqui a alguns anos, não muitos, serão con-correntes da Alidata, na perspetiva tecnológica propriamente dita. É inevitável.



**Quais são os primeiros passos que uma oficina deve dar neste sentido? Requer grande investimento?**

Começa-se com um lápis e uma folha de papel. Porque, muitas vezes,

**DENTRO DE POUCOS ANOS, AS OFICINAS PASSARÃO A CONTRATAR, MAIS DEPRESSA, PROGRAMADORES INFORMÁTICOS PARA FAZER OS SEUS SERVIÇOS E REPARAÇÕES, DO QUE MECÂNICOS**

desafios que são completamente distintos de uma empresa que venda, por exemplo, serviços. Dou-lhe um caso muito prático e simples, que é um campo dentro da aplicação: um número de uma matrícula ou de um chassis. Para uma empresa que fatura serviços, isto é algo completamente irrelevante, é informação que está a mais na aplicação. Num produto a ser implementado numa oficina, estes são campos chave. Toda a lógica que se desenvolve à volta desta informação é completamente distinta numa oficina em relação a outra atividade.

**O mercado oficial está preparado para a revolução tecnológica em curso?**

Essa é uma pergunta interessante. Diria que sim. Pelo menos, as pessoas estão sensibilizadas. Existem algumas questões. Uma que vem logo à cabeça é de ordem financeira. Sabemos que,

uma nova geração de gestores às organizações. Os gestores de hoje não são iguais aos gestores que estavam à frente das empresas há 20 anos. Até podem ser os mesmos, mas o *mind set*, a forma como pensam, como se organizam, como realizam o seu negócio no dia a dia, é muito diferente. E, isso, também trouxe muitas exigências para o lado do sistema, ERP ou *software* de gestão.

Traz muitas novas exigências que, no passado, não existiam. Em relação, concretamente, à questão que me coloca: sem dúvida que há um desafio. As empresas sabem o que querem, mas têm dificuldade em corresponder a essas expectativas, por razões de ordem financeira e de ordem humana. A mudança, dentro das organizações, nem sempre é um processo simples. As pessoas estão muito rotinadas a fazer o mesmo. Trazer uma oficina para o século XXI – porque é disso que

estamos a falar, muitas vezes – é um processo que está para além do sistema informático. Passa, essencialmente, por pessoas, também.

**É possível uma oficina, hoje, não estar a investir nesse processo de digitalização?**

É possível, hoje em dia, alguém ignorar o Multibanco? É! É possível guardar o dinheiro em casa? É! Mas acho que todos sabemos o que vai acontecer às pessoas que tenham esta postura perante o que está a acontecer. Porque, concordem ou não, é inevitável que irão nessa avalanche. Hoje, o que uma oficina (ou qualquer negócio) tem de mais importante é a informação dos seus clientes, das suas viaturas, histórico.

Aliás, costumo dizer que mais facilmente se vai contratar programadores para fazer reparações de veículos, no futuro, do que mecânicos. As ofi-

as empresas pensam que é preciso ir à procura de um sistema. Não. A primeira coisa a fazer é parar um bocadinho e pensar: o que é que eu preciso? Nem todos precisam da mesma coisa. Primeiro, é preciso perceber o que é preciso. A seguir, é preciso priorizar: pode não ser possível fazer tudo ao mesmo tempo. Se for tendo pequenas vitórias na implementação, isto é motivador para a empresa, para as pessoas, e o processo avança. E neste processo evolutivo fazerem o seu caminho. Quais são os erros principais que as empresas cometem quando entram nesta questão da informatização e digitalização de processos? É acharem que, ao adquirirem um sistema, passaram a ser uma empresa organizada. Não. Só adquiriram um sistema. A organização vem dos processos, da forma como se arrumam as coisas, como se montam. E, muitas vezes, as empresas não estão prepara-

# TRABALHAR MUITO BEM A INFORMAÇÃO TAMBÉM INDICA A DIREÇÃO A TOMAR. CONHECER O NEGÓCIO E OS CLIENTES É INDISPENSÁVEL PARA A EVOLUÇÃO DE UMA EMPRESA

das para receber um sistema e têm de fazer este trabalho, inicialmente, antes de entrarem no processo propriamente dito.

**2018 foi um ano positivo para a Alidata e para o Sendys Group. E 40% do volume de negócio foi para o mercado externo. Será esta a tendência?**

O mercado externo tem assumido, para nós, uma importância enorme. Temos desenvolvido muito o negócio, principalmente, nos países de expressão portuguesa: Angola, Moçambique, Cabo Verde, Brasil. Tem tido uma importância muito grande. Principalmente na área das oficinas. É diferente do que está a acontecer em Portugal, porque são realidades muito distintas. Moçambique, por exemplo, que está numa fase muito diferente de Portugal, desde as taxas de crescimento às próprias necessidades, notamos uma preocupação enorme nas empresas em digitalizar os seus sistemas. Uma dependência maior das aplicações, para não deixar

que a informação deixe de ser trabalhada e reconhecida. Trabalhar bem a informação também indica direções. Se eu conhecer bem o meu negócio, o que dizem os números, que tipo de clientes normalmente trato, que viaturas trato, que tipo de problemas, tudo isso ajuda-me a entender como posso montar a estratégia para o negócio evoluir.

**Esta empresa nasceu com a palavra digitalização no seu ADN. Pode dizer-se que já estavam do lado certo da história? Sente que foram pioneiros num rumo que o setor vai ter necessariamente de tomar?**

Sem dúvida. Fomos a primeira ou uma das primeiras empresas em Portugal a desenvolver *software* nesta área. E a ter *software* de gestão. Tivemos uma visão que antecipou todas as outras que vieram a seguir. Mas também devo dizer que estamos a falar de realidades completamente diferentes. Os desafios, há 35 anos, não têm nada a ver com os atuais. Duas realidades que a nossa geração teve o privilégio



de viver. Mas, no meu caso, parece que houve vários Fernando Amaral. Vivi épocas muito distintas. Não é preciso ter muita idade para nos lembrarmos de um mundo em que o telefone tinha um disco, em que havia *telex*, *fax*, em que não havia *sms*, *Internet*. Não foi assim há tanto tempo. Parece que quase conseguimos colar esses tempos à era dos dinossauros. Mas não. Foi há relativamente poucas décadas.

**Como vê o futuro em termos de conectividade, dos veículos partilhados e autónomos? E como encaixa a Alidata nesta realidade?**

Vejo o mundo cada vez mais (não sei qual a melhor palavra) digital ou maquinizado; com mais máquinas, mais autonomia. E mais mobilidade. Existe toda uma série de adjetivação que consigo colocar no futuro. Hoje, temos, também, fruto de toda esta questão da digitalização, pessoas diferentes. Aquilo que as pessoas querem para a sua vida também é diferente daquilo que queriam há 30 anos. Quando se fala em *stress*. Acho que ainda não atingimos o pico. O ponto alto de *stress* ainda não o atingimos. Estamos a caminho, mas ainda não chegámos lá. Hoje, parece que estamos na ponta da tecnologia, em tudo, mas a realidade é que estamos só no caminho. Conseguimos antecipar algumas coisas, quando olhamos para os automóveis que conseguem conduzir-nos ou levar-nos a um determinado sítio, sozinhos; conseguimos ver a conectividade de um veículo quando se aproxima de casa; ligar o aquecimento, tudo automático. Isso, hoje, já é uma realidade. O que temos assistido é que isto tem trazido sempre mais. Tenho alguma dificuldade em prever o futuro. Quem faz estratégias a cinco anos são as pessoas que lançam as cartas de *tarot*. Conseguimos ver alguma coisa, mas ainda há muito nevoeiro. Mesmo o que é claro, agora, pode mudar a qualquer momento. Podemos achar que estamos a ir numa determinada direção e tudo mudar repentinamente. O futuro é muito imprevisível. ●

