

A BP Faz 10 anos

Uma trajetória baseada no compromisso com a revenda

Por Inês Pereira



BPSolutions

bp Solutions

Ao fazer a retrospectiva da última década da automação no Brasil, é impossível não falar da **BP Solutions**. Sua marca imprimida no mercado vai além de uma empresa atuante. Por meio de suas ações e de sua postura ética e responsável, a **BP** iniciou um processo de contribuição para a profissionalização do setor. A empresa nasceu com o objetivo de treinar e capacitar revendedores para atender à crescente demanda – realização concretizada por meio da **BP School**. A primeira turma, no ano de abertura da **BP Solutions**, em 1998, superou todas as expectativas. Como a carência de informação por parte dos revendedores era muito grande, as 30 vagas abertas se converteram em 160 inscrições.



O SureOne, fabricado pela IBM, foi o primeiro equipamento distribuído pela **BP Solutions**, em 1998

A partir daí, a escola não parou mais. O calendário estendeu-se para cinco diferentes cursos, além do trabalho em parceria com o Instituto Quadrant, por meio do qual a **BP School** capacita jovens de comunidades carentes para o mercado da automação (leia matéria à pág. 28).

A **BP** começou com três funcionários. Hoje, conta com 60. Nos últimos dois anos, iniciou um processo de expansão com a abertura de filiais no RS, PR/SC e RJ. Em 2008, mais duas unidades serão abertas em diferentes regiões – decisão estratégica, que visa o aprimoramento da qualidade do atendimento e a satisfação das necessidades das vendas. Nesse sentido, o crescimento da empresa não desviou o foco do comprometimento com o revendedor. Para evitar a concorrência, sua atuação é voltada à tecnologia, nunca à assistência técnica ou aos softwares. Os fabricantes que não se adaptaram ao modelo de canais foram substituídos como forma de preservar o principal valor: a fidelidade à revenda.

A postura da **BP Solutions**, acima de tudo, ética, engloba a preservação da identidade

original da tecnologia – ao contrário de determinadas práticas do mercado, que “mascaram” a marca do produto. Por isso, é extremamente criteriosa na avaliação e escolha dos fabricantes que farão parte do seu portfólio.

Seu primeiro fornecedor foi a IBM, por intermédio do equipamento **SureOne**. Seis meses depois, a **BP** já contava com cinco fabricantes. Hoje, trabalha com 32 marcas, atingindo todos os produtos para automação. Nasceu atendendo vendas com perfil corporativo. Ampliou o atendimento para as vendas menores voltadas para o pequeno comércio. Iniciou as operações com automação comercial e, atualmente, estende seu campo para outros nichos de mercado de automação, tais como, logística, fabril, RH, saúde, aviação, policial, consultórios odontológicos, etc. Tudo isso por acompanhar a evolução tecnológica mundial e, principalmente, preservar a preocupação da busca constante de novas tecnologias e compartilhá-las com os canais de revenda. Assim foi nos últimos dez anos. Que assim seja nos próximos dez!