



Prológica procura diversificar negócio sem se descaracterizar

Carlos Marçalo, Semana Informática, nº 804 – 22 a 28 Setembro de 2006

Capitalizar o seu negócio tradicional de distribuição e diferenciar a oferta de serviços, com o desenvolvimento de soluções para mercados nos quais a tecnologia ainda não chegou, são algumas das apostas da administração da Prológica para este ano. O lançamento da factura electrónica para PME e de uma solução de gestão documental chegam em 2007.

Após a entrada da nova administração, a Prológica sofreu algumas alterações no seu posicionamento no mercado mas não descurou a sua linha fundamental de negócio, ou seja, a distribuição. A administração da empresa entende que o mercado da distribuição mudou e a facilidade com a qual se realizavam negócios já não é a mesma. As margens de lucro encurtaram substancialmente e a diferenciação nas ofertas existentes entre concorrentes neste sector de actividade são quase nulas, para não dizer inexistentes. Por estas razões, a Prológica está a investir no reforço da actividade da distribuição e, por outro lado, na criação de aplicações e serviços para aumentar o valor acrescentado aos clientes.

Luís Cabrita, presidente do Conselho de Administração da Prológica, defende que um desktop ou um portátil, de uma qualquer marca, têm o mesmo valor acrescentado dos vendidos pela Prológica ou por qualquer um dos seus concorrentes. O mesmo acontece com grande parte do software.

Para este administrador, «o valor acrescentado pela Prológica na comercialização de uma licença Microsoft Office é o mesmo que a dos seus concorrentes». Luís Cabrita reconhece por isso que esta área de negócio já não é o que era. Segundo este responsável, a diferenciação na venda de equipamentos deixou de ser visível junto dos potenciais clientes uma vez que «a oferta existente no mercado é toda a mesma e o principal factor de decisão do cliente na altura da compra continua a ser o preço».

Para contrariar esta tendência, a administração da tecnológica manifesta não ter a mínima intenção de descapitalizar os seus serviços tradicionais, e reconhece que a distribuição continua a ter um papel fundamental nesta nova Prológica, até pelo volume de negócios que representa para a empresa. O lançamento de um novo serviço, chamado Total Management Service (TMS), confirma essa posição da administração assim como o interesse em capitalizar e diferenciar a oferta da Prológica junto do mercado nacional. Apesar de o TMS ter sido apresentado em meados do passado mês de Julho, só em Setembro é que a empresa delineou a divulgação e promoção do serviço junto dos seus clientes, parceiros e do mercado em geral.

Total Management Service

O TMS é um conjunto de serviços proposto em modelo de outsourcing e que cobre todos os aspectos relacionados com a gestão de um parque tecnológico empresarial e que é complementar ao licenciamento e à comercialização de hardware e de software. O serviço foi desenhado de forma a ser dirigido quer para as pequenas e as médias empresas quer para as grandes organizações. Com o TMS, a tecnológica portuguesa pretende «ajudar os clientes a gerir e a administrar as infra-estruturas tecnológicas disponibilizando relatórios de forma a que possam monitorizar a situação», explica Luís Cabrita.

Na génese do TMS está a prestação de um serviço de assest management da infra-estrutura tecnológica da empresa. Para chegar a este processo, a Prológica realiza o quality assessment, um serviço misto que incluiu a parte de consultoria e o levantamento completo de toda a infra-estrutura tecnológica, máquinas e aplicações utilizadas e toda a parte administrativa, relacionada com prazos e contratos de Service Level Agreement (SLA) e de manutenção estabelecidos para estas ferramentas e máquinas. Depois, explica o nosso interlocutor, «é só carregar esta informação na base de dados e a partir daqui a Prológica disponibiliza os serviços de configuration management e de chain management».

Uma vez estabelecido este género de contrato, o administrador refere que é possível subir na cadeia de valor acrescentado, podendo realizar, nesta fase, a gestão de rede. A partir deste serviço podem realizar-se ainda a gestão de servidores, de dados e a gestão aplicacional. A empresa encontra-se a analisar a possibilidade de posteriormente, e se possível, avançar com a gestão de processos de negócio.

De acordo com o administrador da empresa, o investimento total realizado para lançar o TMS rondou os 150 mil euros. Até à data da entrevista, a empresa possuía dois clientes de média dimensão. Para Luís Cabrita, o TMS é um serviço que permite «às PME o luxo de não pensar ou preocupar-se com a informática, possibilitando aos decisores centrar-se nos aspectos normais dos seus negócios».

O TMS, além da desmaterialização dos processos, era uma das duas grandes áreas de investimento anunciadas desde o início do ano pela empresa. Luís Cabrita realça com orgulho que a Prológica está a ser alvo de tentativas de aquisição por vários players no mercado nacional. Esta situação é entendida como um elogio, uma vez que a empresa se encontra em fase de crescimento. «Estamos a cumprir o que prometemos no início do ano, quer ao nível dos orçamentos, quer nos resultados. Por estes motivos, entendemos que as propostas que nos fizeram são uma espécie de reconhecimento do nosso trabalho, o que demonstra que estamos a fazer bem as coisas». Apesar da satisfação demonstrada com as intenções de compra, o presidente do Conselho de Administração da Prológica é categórico ao afirmar que «a empresa não se encontra à venda».

Desmaterialização é aposta

A segunda área de investimento prevista pela nova administração da Prológica posiciona a empresa, não só como um distribuidor, mas também como um Independent Software Vendor (ISV). Esta linha de negócio alternativa à tradicional só vai concretizar-se em negócio no início do próximo ano mas está a ser preparada e ultimada no último trimestre de 2006. Neste caso, a administração da empresa escolheu como principais áreas a facturação electrónica e a gestão documental. No que diz respeito à facturação electrónica, esta é encarada pela Prológica como uma componente necessária de uma gestão de cash management desmaterializada, e é aqui que a empresa se vai posicionar. Em relação à gestão documental, o objectivo é possibilitar aos clientes da Prológica dispensar o arquivo físico em papel, o que

obrigava a uma conjugação entre a legalidade e a tecnologia. A desmaterialização como qualquer processo vai obrigar a uma coexistência na grande maioria das empresas, entre a gestão dos processos com e sem papel.

Até à data, em matéria de desmaterialização de processos verificaram-se alguns atrasos na planificação realizada no começo do ano. Segundo Luís Cabrita, a Prológica não possui nem representa nenhuma solução de gestão documental, por isso, foi à procura de produtos capazes de responder às exigências técnicas determinadas pela empresa e que ao mesmo tempo fossem acessíveis do ponto de vista financeiro.

Segundo este interlocutor, nesta procura de serviços, a empresa chegou a ter algumas situações referenciadas como caricatas. O administrador contou ao Semana que a Prológica foi abordada por alguns fabricantes internacionais para indagar do interesse da tecnológica portuguesa em representar no mercado nacional as suas soluções, no entanto, um dos motivos enumerados para realizar esse acordo de representação assentava no facto de já existirem várias empresas em Portugal que representam esses produtos. Face esta situação, Luís Cabrita comenta com alguma ironia: «É o pior dos cartões de visita que se pode propor a alguma empresa, uma vez que, na eventualidade de a Prológica aceitar, seria a 51ª empresa portuguesa a vender o mesmo sem acrescentar nenhum factor de diferenciação.»

O administrador defende que na procura que realizaram ao mercado tiveram muitas dificuldades, quer do ponto das especificações técnicas, quer do preço da solução. Não encontramos nenhuma solução que tivesse uma relação custo/benefício interessante para os clientes. O desenvolvimento da solução de gestão documental continua mas a colocação do produto no mercado ficou adiada para o próximo ano, sem uma data concreta. «É possível que possamos recorrer a uma parceria para acelerar o processo», adianta o nosso interlocutor. Ao pensar-se numa determinada estratégia ou num determinado produto, torna-se cada vez mais importante acelerar esses processos para se ser o primeiro a chegar ao mercado com essa solução. Em nome dessa rapidez, não está posta de lado a possibilidade de a Prológica realizar uma parceria com uma empresa para chegar ao mercado com a nova solução de gestão documental.

Facturação electrónica para a PME

A solução de facturação electrónica que Prológica disponibiliza actualmente no mercado está vocacionada para as grandes organizações, uma vez que o seu custo é elevado. Para poder ampliar o espectro de actuação no mercado nacional e internacional com este género de ferramenta, a empresa optou por negociar a realização de uma nova solução de facturação electrónica com um dos seus parceiros. O desafio estava em encontrar uma ferramenta que tivesse as mesmas funcionalidades mas que fosse direccionada para um mercado-alvo mais generalizado. Nesse sentido, a Prológica celebrou em Julho um acordo de Independent Software Vendor (ISV) com a Microsoft, no qual se englobam produtos da Microsoft de forma bundle dentro dos produtos da Prológica (da factura electrónica, neste caso).

Uma vez que a fase de especificações estava terminada, a empresa começou a trabalhar uma nova solução de facturação electrónica com base em soluções de infra-estrutura Microsoft. Esta solução está composta tecnologicamente por três componentes. O SQL Server, o novo Office, que inclui o SharePoint, e o BizTalk e será apresentada ao mercado em Outubro. «Com esta mesma infra-estrutura é possível crescer para realizar a gestão do fluxo de negócio desde a incorporação da encomenda até, e esperamos que seja o mais breve quanto possível, à gestão de pagamentos, com qualquer documento emitido, incluindo a factura digitalizada», comenta Luís Cabrita. No âmbito da factura electrónica, o que a companhia portuguesa pretende fazer é descomplexar a sua utilização e embaratecer significativamente o seu uso. Esta solução ainda não tem um preço definido, mas o administrador acredita que o seu custo possa ser «cerca de metade do preço da solução mais barata do mercado». Questionado sobre o preço da solução mais barata do mercado, Luís Cabrita refere que, neste momento, a solução mais barata situa-se entre os 20 e os 25 mil euros. No entanto, este responsável volta a salientar que ainda não há um preço final definido e que até Outubro ainda podem dar-se muitas reviravoltas.

Os objectivos da empresa para 2007, em relação à factura electrónica, passam por facturar 2 milhões de euros, metade desse valor relativo ao mercado nacional e os outros 50% relativos ao mercado internacional, o que no total soma cerca de 500 a 600 instalações. Como a Prológica não está capacitada para dar resposta em tempo útil a tantas implementações, a empresa já conta com dois parceiros nacionais. Em relação ao mercado internacional, em Outubro, a Prológica estima ter as exigências legais portuguesas e francesas cobertas. A estratégia para o mercado europeu passa por outros dois países considerados como muito atractivos – Itália e Alemanha. No

mercado da América Latina, o México e o Brasil estão a baralhar as prioridades de investimento no estrangeiro, uma vez que no México a factura electrónica vai ser obrigatória e no caso brasileiro não se coloca esse caso. Mas a dimensão dos mercados levanta sérias dúvidas à administração da Prológica nas apostas que devem ser feitas. No entanto, Luís Cabrita reitera novamente que o modelo de internacionalização escolhido pela Prológica não passa pela abertura de escritórios nesses países, mas pela representação da solução. Segundo este responsável, Reino Unido, Alemanha e França são responsáveis pela emissão de 65% das facturas na Europa. Como o Reino Unido é um mercado muito desenvolvido em matéria de facturação electrónica, Luís Cabrita explica que não há necessidade de entrar em países nos quais existem muitas ofertas, razão pela qual a França é uma aposta garantida e o seguinte passo neste processo de internacionalização será a Alemanha.

Proinbox é a nova empresa dentro do Grupo

Para este efeito, a Prológica criou uma empresa, chamada Proinbox, sendo a parte do grupo responsável pelo desenvolvimento de produtos. A Interchange é uma outra empresa criada pelo grupo, e que se vai dedicar à comercialização das soluções da Prológica em regime de ASP, como a factura electrónica ou a gestão de documentos em regime ASP. A estratégia e os pressupostos delineados no início do ano para esta empresa estão a ser cumpridos, conforme analisa Luís Cabrita, acrescentando que os investimentos realizados são superiores aos do TMS, uma vez que se está a falar da criação de uma infra-estrutura tecnológica muito exigente do ponto de vista de alta disponibilidade e de disaster recovery, aos quais se associam ainda os serviços dessa natureza. Segundo este interlocutor, o investimento anda à volta dos 300 mil euros.

Os primeiros serviços da Interchange chegam ao mercado em finais de Setembro. A desmaterialização dos documentos na Interchange permitirá aos utilizadores autorizados, a partir de um browser, personalizar os seus formulários assim como personalizar e direccionar o conteúdo dos formulários em função dos perfis dos destinatários. Isto possibilita que se possa comunicar através de cartas, contratos, facturas com parceiros e clientes de uma forma personalizada. Para disponibilizar este serviço, a Prológica estabeleceu um acordo com uma multinacional para representar em Portugal a aplicação Intelligent Document Services (IDS) da Sycom Technologies. O principal cliente interessado em adquirir este sistema não está em Portugal mas em Marrocos.

De acordo com o administrador da Prológica, há muitas áreas de negócio relativamente às quais as portas ao desenvolvimento tecnológico estão a fechar-se. A razão apontada é a quantidade de oferta de produtos e serviços que já existe. Por esta razão, o responsável da tecnológica portuguesa diz que esta administração da Prológica tentará «abrir novas portas, colocando a tecnologia onde ela não está».

O administrador reitera que «não se trata de encontrar nichos de mercados mas sim de introduzir a tecnologia em indústrias e mercados nos quais a tecnologia ainda não marca presença». Esta é uma das áreas nas quais a Prológica vai apostar. Apesar dos investimentos realizados, a empresa ainda não teve necessidade de recorrer a financiamentos ou parceiros externos para viabilizar os investimentos realizados nos novos produtos e serviços – do ponto de vista do TMS, da Interchange e de toda a parte de I&D, para a qual ainda só existem custos, uma vez que as receitas virão mais tarde.

Problemas no recrutamento

«A Prológica é uma empresa com um brand conceituado e depois de colocar um anúncio de emprego num semanário, apenas obtivemos 20 respostas e dessas, 17 nem sequer possuíam um dos componentes técnicos considerados como requisitos obrigatórios; apenas três corresponderam, em parte, ao perfil pretendido». Por esta razão, a Prológica para concluir os seus projectos está a recrutar no estrangeiro e Luís Cabrita comenta em forma de desabafo que «são poucos os profissionais qualificados no mercado». Este responsável alerta para o facto de as universidades técnicas estarem a formar centenas ou milhares de profissionais sem saber em que empresa vão trabalhar. Por outro lado, as empresas portuguesas começam a encarar a possibilidade de recorrer ao outsourcing de manpower junto de empresas indianas, brasileiras ou argentinas por uma questão de preço. É claro que quando se recorre ao outsourcing a empresa apenas paga 12 meses de trabalho ao ano por 12 meses de trabalho efectivo. Mesmo assim, com o preço de mão-de-obra que se pratica em Portugal, «não é possível não termos empresas qualificadas e competitivas do ponto de vista destes serviços no mercado internacional, nomeadamente no espaço Europa; no mínimo deveríamos ser competitivos nesta matéria dentro do nosso país», defende.

Luís Cabrita acredita que a grande barreira para que as empresas portuguesas se tornem em fábricas de software com capacidade de reposta internacional prende-se com a falta de vários factores cruciais para a prestação de um serviço de qualidade, entre os quais o administrador destaca a falta de metodologias de desenvolvimento à distância, com as suas componentes de gestão de projecto, de desenvolvimento de produto e de desenvolvimento de soluções à medida «não existem na imensa maioria das empresas portuguesas», argumenta o gestor. «Continuamos a fazer desenvolvimento de projectos e nomeadamente de produtos sem termos uma metodologia. Fazemo-lo à portuguesa», frisa. Não há motivo para que uma ou várias universidades não façam acordos com o sector privado nos quais se permita que os recursos formados comecem a ser a génese das famosas fábricas de software.

Uma das grandes vantagens de recorrer a este género de serviços é saber que uma empresa vai ver o seu pedido cumprido dentro do prazo e com a qualidade pretendida. Há um conjunto de ferramentas que possibilitam ao cliente monitorizar online, a qualquer altura do dia, todos os processos de desenvolvimento, importar o código, testar o código e integrar o código com as partes que já estão acabadas.