



Prologica muda de mãos

Semana Informática, nº 775 - 3 a 9 de Fevereiro de 2006 – Carlos Marçalo

Por detrás da mudança, está um conjunto de novas áreas de negócio, como a desmaterialização, a reciclagem ou a disponibilização de um módulo POCAL para o ERP Navision Dynamics, através do qual a empresa quer dinamizar o mercado e preparar-se para o futuro.

Com o negócio da aquisição de 67 por cento do capital da Prologica finalizado, a nova administração definiu um business plan para 2006 e para os anos seguintes. Desde já, os novos executivos estimam poder aumentar a facturação da empresa de 30 milhões de euros para 33 milhões de euros e registar um crescimento de 2% de lucro. Luís Cabrita, presidente do conselho de administração, acredita que estas metas são «perfeitamente tangíveis» com o aumento das competências internas da companhia e com a manutenção do volume de negócios no âmbito da comercialização de hardware e dos licenciamentos Microsoft. Por outro lado, a administração da Prologica tem em vista o início de um novo pacote de serviços que possibilita aumentar a margem dos negócios de forma indirecta.

Para isso vão ser criadas novas linhas de produtos de software através de novas representações para entrada no mercado a curto prazo. Por outro lado, está a desenvolver soluções próprias horizontais e verticais e a criar mecanismos de

investigação. No entender de Luís Cabrita, olhando para a facturação da Prológica, é fácil entender qual é o seu posicionamento no mercado. Tem uma percentagem significativa assente na comercialização de software Microsoft e tem uma vertente igualmente forte oriunda da venda de hardware de todo o tipo, leia-se desktops, portáteis, impressoras, networking, entre outros equipamentos. A empresa possui uma área de negócio assente no ERP da Microsoft Business Solutions, mais precisamente no Microsoft Navision Dynamics, possui uma quota de 60% no mercado dos notários e uma área que, até pela natureza da Prológica, estava muito direccionada para serviços de valor acrescentado.

Objectivos para 2006

A primeira linha estratégica que a nova administração tomou em relação à Prológica foi a optimização dos processos de negócios internos através da comercialização dos produtos tradicionais da empresa. Encontraram-se ainda alguns aspectos que podem ser optimizados por intermédio da utilização de soluções de informática interna, ou seja, é possível optimizar os processos de forma a reduzir os custos das operações. Não se trata de trabalhar na facturação, nem nas margens, mas sim na redução do custo operacional. Esta situação, refere Luís Cabrita, não está relacionada com os recursos humanos. Trata-se de uma circunstância exclusivamente associada à implementação de soluções inteligentes de elaboração de propostas e ao fluxo de processos de supply de uma empresa que comercializa 19 mil PCs por ano.

A segunda grande linha está relacionada com a possibilidade de criar valor acrescentado em cima do negócio tradicional da Prológica. Nesse sentido, a nova administração admite fazer todo o sentido vender o número de licenças que comercializa apostando numa lógica de serviços na área do asset chain configuration management para os clientes interessados. Por outro lado, no que diz respeito à parte aplicacional, com especial enfoque nos servidores e nas soluções, conseguir casar esta oferta com propostas que incluam a área da gestão de rede de dados, de aplicações, servidores e processos.

O presidente do conselho de administração da Prológica explica que, mais uma vez, «não se altera o negócio tradicional mas acrescenta-se valor». Neste âmbito, a empresa vai continuar a fazer o que sempre fez, ao ponto de a nova administração entender que pode existir um aumento da facturação nas áreas de negócio

tradicionais. No âmbito das soluções de valor acrescentado, a nova Prológica vai actuar em três áreas bem diferenciadas do negócio. Há uma linha de actuação a curto prazo, através da representação e distribuição de software de terceiros, que permite à Prológica estar no mercado no curto prazo num conjunto de áreas que foram definidas como estratégicas. Uma segunda área é a da criação e utilização de soluções próprias, desenvolvidas internamente, para reagir a médio prazo. Por último, um dos drivers de crescimento em termos de soluções de valor acrescentado vai assentar na implementação de uma linha de investigação e desenvolvimento (I&D). Esta terceira linha será feita através de uma aproximação às faculdades.

Esta administração «tem consciência de que a aquisição da Prológica e a estratégia definida têm por objectivo a construção a médio prazo», refere Luís Cabrita. O presidente do conselho de administração explica que «não há nenhuma operação de imediatismo nos resultados ou de alienação da companhia; foi acima de tudo uma aquisição com base na construção de uma empresa sólida no longo prazo».

Sustentabilidade no curto, médio e longo prazo

Os responsáveis da Prológica entendem que devem ter uma estratégia a curto prazo para viabilizar os pressupostos da companhia, quer seja o aumento da margem bruta operacional da empresa em dois pontos percentuais, quer seja o aumento da facturação. A aposta no médio prazo com soluções próprias visa a internacionalização e, por último, o investimento no I&D tem por objectivo a preparação para o futuro. Nesta aposta de futuro, a administração entende que deverá ter novas soluções proprietárias ou, no mínimo, alguma ou total propriedade intelectual.

Em traços gerais estas são as linhas mestras da estratégia da empresa para 2006. Em simultâneo, Luís Cabrita destaca a aposta, no aumento das competências internas e numa contínua formação dos quadros da Prológica, uma vez que, sem estas medidas, a administração entende que não estão reunidas as condições para alcançar as metas propostas. «Se a base interna da companhia não está preparada para acompanhar estas mudanças, então de nada servem os planos até agora traçados», comenta o presidente do conselho de administração da Prológica. Em 2006, está previsto o nascimento de uma nova empresa, chamada InterChange, que será detida a 100% pela Prológica SGPS. Trata-se de um ASP que fornecerá serviços na área da desmaterialização e do CRM documental, ou finishing. A área de finishing será feita em

parceira, uma vez que a Prológica não faz impressão. Nesse sentido vai ser criado um ASP próprio «que funcionará de forma muito diferente à oferta dos dois ASP que se mantêm activos em Portugal», esclarece Luís Cabrita. O presidente do conselho de administração explica que pode surgir uma outra empresa e que, a acontecer, será por circunstâncias maiores de mercado e não por uma obrigatoriedade interna. Nesse caso, poderia surgir uma espécie de Prológica Desenvolvimento, ou Prológica Produção ou Soluções, que se dedicaria às novas áreas de negócios nas quais a empresa quer investir. No entanto, a comercialização das soluções ficaria sempre sob a égide da Prológica SGPS. Mas tal não está inserido na estratégia da empresa para 2006.

Para o futuro há duas áreas de actuações: uma horizontal e outra vertical. A primeira centra-se na desmaterialização, que pode ser classificada em várias áreas. Uma é a de document management, clássica em certa medida, porque as soluções de gestão documental comercializadas até hoje, e por questões relacionadas com a legislação, são soluções que «tem algum valor acrescentado mas que na realidade acabam por não dispensar a utilização ou a custódia dos documentos em papel». Ainda na área da desmaterialização, há uma solução de factura electrónica que está a assentar em dois sentidos. O primeiro é na verticalização da oferta. Actualmente a Prológica possui duas ofertas verticais nesta matéria, uma na área da distribuição e outra para o sector automóvel.

O outro caminho prende-se com a solução de consolidação de gestão financeira, utilizando a factura electrónica. Luís Cabrita explica que a empresa vai estar atenta à desmaterialização dos pagamentos e revela que a Prológica estabeleceu uma parceria para a desmaterialização dos documentos internos das empresas, incluindo documentos oriundos de processos de vencimentos e gestão de pessoal. Apesar de estas ofertas serem horizontais, o objectivo é o de verticalizar progressivamente estas ferramentas. «Acreditamos que no futuro o que vai valer como factor diferenciador é o conhecimento e a especialização do negócio», defende Luís Cabrita, acrescentando ainda que a horizontalidade «faz algum sentido no início, mas no longo prazo não faz sentido nenhum».

Entrar no mercado da reciclagem

Um dos negócios tradicionais da Prológica é a comercialização de hardware. Tendo em conta a directiva comunitária que obriga as empresas que comercializam ou que

detenham equipamentos, inclusive fora do âmbito das TI, a reciclar uma parte do material, a Prológica vai criar uma unidade de negócio destinada à reciclagem. Essa área terá como objectivos a reciclagem de equipamentos para aproveitamento da empresa e sempre que possível a reciclagem de equipamentos para comercialização. Esta unidade prestará serviços internamente, uma vez que pode ser um serviço de valor acrescentado que a empresa preste aquando da venda dos equipamentos. Luís Cabrita explica que, mais uma vez, «o conceito em si é novo mas a empresa já possui um armazém, um ripper center e uma logística, portanto, trata-se de pegar no que existe, mantê-lo, optimizá-lo e prestar um novo serviço». Do ponto de vista do mercado, a empresa acredita que existem companhias que mesmo que sejam concorrentes não vão querer entrar neste negócio e que para a Prológica podem ser parceiros ou clientes nesta área específica.

Internacionalização garantida

O presidente do conselho de administração desta empresa refere ainda que a internacionalização está nos planos da companhia. Luís Cabrita explica que o anterior accionista da Prológica, o grupo belga Systemat, «gostou tanto do projecto apresentado que decidiu ficar com 33 por cento da operação». Esta posição significa uma oportunidade de negócio que será explorada mutuamente, uma vez que a Systemat possui um ERP desenvolvido internamente chamado Popsi, e que possui cerca de 15 mil clientes entre a Bélgica e o Luxemburgo. Durante as conversações realizadas para a conclusão da aquisição do capital da Prológica, uma das hipóteses avançadas foi a de a Systemat comercializar a solução de facturação electrónica da Prológica como um módulo do seu ERP junto da sua base instalada.

Desta forma, a empresa de capitais maioritariamente portugueses pode iniciar a comercialização de uma das suas soluções sem ter de recorrer à abertura de uma operação nestes dois países. A operação pode ainda ser alargada ao mercado francês, uma vez que, quando ocorreu o management buy out em França, a nova administração contactou a Prológica para demonstrar o seu interesse em representar este produto no mercado francês.