



Prológica na senda do crescimento sustentável

Semana Informática, nº 908 - 12 a 18 de Dezembro de 2008 – Carlos Marçalo

A tecnológica portuguesa não tem dívidas, estima finalizar o ano com cerca de 70 milhões de euros e espera ser reconhecida como uma empresa melhor do que as outras.

Depois dos processos de remodelação pelos quais a Prológica passou – e continua a passar –, desde que em finais de 2005 um conjunto de accionistas portugueses adquiriu 67 por cento do capital, a empresa entrou numa espiral de crescimento meteórica. No exercício fiscal de 2006, finalizou o ano com 34 milhões de euros; um ano mais tarde, fechou as contas com uma taxa de crescimento de 45%, totalizando um volume de negócios de 49,8 milhões de euros, correspondentes a resultados líquidos de 200 mil euros. O presidente do Conselho de Administração da Prológica, admite concluir o ano com um volume de negócios de 70 milhões de euros. Deste valor, cerca de 20 milhões dizem respeito a negócios realizados ao abrigo do programa e-Escolas e do projecto Magalhães, uma vez que é a empresa que presta todos os serviços, desde o helpdesk, à gestão e entrega das aplicações de gestão e de controlo



Luís Cabrita, presidente do Conselho de Administração da Prológica

associados ao Magalhães e a algumas marcas de portáteis do programa e-Escolas. No entanto, os valores estimados para 2008 significam que as diferentes áreas de negócio tradicionais da Prológica realizaram em 2008 mais 20 milhões de euros do que em 2007. O gestor explica que desde que esta administração assumiu o controlo da companhia, em 2006, a Prológica tem vindo a registar um crescimento baseado no seguimento escrupuloso de uma estratégia delineada e que, no entender de Luís Cabrita, «está a dar resultados, sem recorrer a aquisições ou a fusões, apenas com base em crescimento orgânico». O presidente do Conselho de Administração continua referindo que a empresa tem vindo a aumentar progressivamente a sua facturação e não possui dívidas, motivo pelo qual o chairman da empresa diz que esta administração, muitas vezes, é acusada «de péssima gestão por não ter dívidas, por não dever dinheiro a ninguém». Questionado sobre os resultados líquidos expectáveis para este exercício fiscal, Luís Cabrita escusa-se a adiantar valores, referenciando que os números devem ser, em princípio, superiores aos 200 mil euros registados em 2007. A estratégia definida assenta em voltar a posicionar a empresa junto do seu mercado natural core, só que com mais valor acrescentado e com outro tipo de know-how, mas, na realidade, aquilo que a administração pretende é posicionar a Prológica como «uma extraordinária empresa de infra-estruturas», refere o chairman.

Proposta de valor assente em três vectores

A proposta de valor da Prológica assenta em três vectores, a saber: infra-estrutura; integração e desenvolvimento aplicacional; e segurança. A área de infra-estrutura é o core business da companhia liderada por Luís Cabrita, sendo a unidade de negócio que mais contribui para a facturação da empresa – responsável por cerca de 80% do negócio gerado. Esta área versa essencialmente sobre a constituição e criação de data centers, desde o desenho da arquitectura até a sua implementação. Os remanescentes 20% do volume de negócios da tecnológica portuguesa são divididos pelas restantes três áreas de negócio da companhia. No caso da integração e do desenvolvimento de aplicações à medida, a companhia trabalha com ferramentas tipo Biztalk e outras semelhantes, com tudo o que está relacionado com portais e com intranets, tendo como base tecnologia Microsoft e algum desenvolvimento à medida. Outra situação que poderá começar a dar frutos é a comercialização de ferramentas de gestão desenvolvidas internamente em open source e em Java para acompanhar as diversas especificidades dos projectos e-Escolas e Magalhães. «Tratam-se de investimentos que já foram feitos e que podem ser rentabilizados de uma forma natural aplicando estas

ferramentas em outros mercados», diz Luís Cabrita. Em relação à unidade de negócio relacionada com a segurança, a empresa vai continuar a apostar na certificação, aliás, a Prológica possui uma participação na empresa NotarioCert, uma entidade que emite e gere certificados digitais, para além de possuir técnicos credenciados com a norma ISO/IEC 27000, além de outras certificações, que permitem que a empresa trabalhe em projectos da NATO e da União Europeia.

Dar total transparência aos clientes

A partir de Janeiro, a empresa disponibiliza uma ferramenta aos seus clientes através da qual é possível saberem em real time o que se passa dentro das respectivas empresas relativamente a cada pedido realizado. Os clientes da Prológica vão aceder a propostas que lhes foram endereçadas, facturas, encomendas e ao estado das reparações. Também poderão saber em primeira-mão os motivos pelos quais existem atrasos ou problemas nos seus pedidos, e avaliar se têm capacidade para lhes dar resposta.

Esta área de negócio, que Luís Cabrita designa de relacionamento com o cliente, não visa facturar ou dar lucro. A sua verdadeira razão de ser assenta na necessidade de dar uma total transparência aos processos do cliente, o que vai obrigar a melhorar a forma de trabalhar da empresa. «A partir do momento em que tudo o que se faz na empresa se torna visível para o cliente, naturalmente, obriga a um aumento da preocupação com a qualidade e com a produtividade, a qual é intrínseca à própria forma de trabalhar. Na Prológica acreditamos que isto é um valor acrescentado; mais ainda, acreditamos que este é o caminho pelo qual temos que seguir. É inevitável e será um dos nossos factores de diferenciação», garante o chairman da tecnológica portuguesa, acrescentando que a Prológica tem que ser «uma empresa melhor, mais produtiva e eficaz e ser reconhecida por isso».