

Desenvolvimento de aplicações

Faturamento Líquido do Segmento (US\$ milhões)

112,6

A atividade de desenvolvimento de aplicações no país encontrou o seu rumo, tanto no mercado local, quanto no internacional. Sinal, enfim, do reconhecimento da capacidade da massa cinzenta *made in Brazil*. No ano passado, de acordo com levantamento do *Anuário Telecom*, a receita líquida do segmento experimentou crescimento. Comparados os resultados empresa a empresa em 2003 e 2004, a evolução foi de 22%, em reais; e cotejada a massa de receita em dólares gerada pelo maior número de empresas (20) do segmento em 2004 – US\$ 113 milhões – com as analisadas em 2003 (15), o aumento, naturalmente, é maior – 59%.

A DBA, sediada no Rio de Janeiro, teve um 2004 bastante positivo. O faturamento líquido de US\$ 58 milhões aumentou 16%, e 28% daquele valor foram obtidos com desenvolvimento de aplicações. De acordo com Renato Carrião, diretor de comunicações, *utilities* e indústria, as ofertas da empresa são variadas: desenho de processos de negócios, arquitetura de sistemas, desenvolvimento e manutenção de aplicativos, integração de pacotes de *software* de mercado (gestão, relacionamento com o cliente, *billing*), gestão de aplicativos (manutenção evolutiva e corretiva), *outsourcing* (BPO – *Business Process Outsourcing*). Porém, o carro-chefe é o desenvolvimento de aplicações, diz.

Esse conjunto de ofertas, explica o executivo, pode ser comercializado na modalidade de venda de capacidade produtiva (fábrica de *software*), projeto de desenvolvimento fechado (*turnkey*) ou alocação de mão-de-obra

(consultoria homem-hora). Entre os negócios fechados no ano passado, Carrião cita a gestão de aplicativos para a Vivo, desenho de processos para a TIM, grandes projetos fechados na Brasil Telecom (relacionados ao novo *billing* da operadora) e na Agência Nacional de Telecomunicações – Anatel (fábrica de projetos na casa do cliente e nas instalações da DBA). Finalmente, o projeto com a Siemens Mobile entrou em produção (especificação e integração de módulos, em conjunto com desenvolvimentos chineses e indianos) – e o fato de a Siemens estar desmobilizando suas operações móveis em todo o mundo não paralisa a iniciativa, garante Carrião.

Enfrentar a concorrência de grandes corporações não assusta a DBA, afirma o executivo: “Nosso objetivo é atuar no mercado local prestando serviços de integração, com qualidade e preço competitivo”. Neste ano, o crescimento de Manaus será de pelo menos 30%, atendendo, além da Siemens, mais um cliente *offshore* de telecomunicações, informa Carrião. A empresa também está diversificando áreas de atuação, agora iniciando um trabalho forte de colocação de homem-hora para gestão e manutenção de aplicativos no setor de manufatura, onde já fez negócios com a Natura, Vale do Rio Doce e Cia. Siderúrgica Nacional. No ano passado, a DBA investiu R\$ 9 milhões, sobretudo na consolidação da operação do *offshore delivery center* de Manaus, valor que deve ser aplicado novamente neste ano. A expectativa para 2005 é crescer de 15 a 20%, mas sem contar demais com contribuições do setor de telecomunicações.

As Maiores

Accenture
47.993,01

DBA
16.362,95

NEC
8.794,97

As Mais Eficientes

	Pontuação	Cresc. Rec. Líq. (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. s/ ativo (%)	Lucro Líq. p/func. (US\$ mil)
Accenture	740,20	25,50	11,00	2,00	0,00	6,76
DBA	442,90	16,29	8,03	1,51	3,18	2,79
Instituto Eldorado	252,20	30,92	-3,04	1,08	0,00	1,17

Petronio Nogueira

sócio-diretor

**“Nós nos tornamos
uma extensão virtual
da capacidade
do próprio cliente”**

divulgação



A exemplo da DBA, o portfólio da CPM é diversificado. Suas linhas incluem infra-estrutura tecnológica (projeto, integração, instalação e comercialização de ampla gama de produtos como servidores, roteadores, armazenamento, redes Cisco inteiras); na esteira da infra-estrutura vêm serviços de operação, gerenciamento e manutenção (seja de centrais de atendimento, *datacenters* ou redes). O maior volume de negócios, porém, destaca o presidente Antonio Carlos do Rego Gil, é gerado no segmento de desenvolvimento de *software*, operação que inclui desde o desenvolvimento de sistemas na casa do cliente ou em uma das sete fábricas de *software* da empresa, e manutenção. No exercício passado, da receita líquida total da empresa (US\$ 130 milhões), 23% foram obtidos no segmento de desenvolvimento de aplicações.

Não é tudo porém: a CPM também provê serviços de consultoria e *business solutions* – uma área de maior valor agregado, segundo Gil, e de computação sob demanda (uma solução caseira chamada Fit-ix). O executivo explica: trata-se de um serviço apoiado em *software* com capacidade de identificar, parametrizar e bilhetar um indivíduo, no conceito de *thin client*. Em poucas palavras, é um serviço de identificação de usuário dentro de uma corporação. “Sua finalidade é reduzir custos operacionais, e as empresas pagam pelo seu uso”, acrescenta. Por trás de todo esse conjunto de ofertas, a CPM se apresenta ao cliente como uma possibilidade de *one-stop-shopping*, resume Gil. Isso porque o *outsourcing* é uma tendência irreversível e, sobretudo, porque os grandes usuários caminham para concentrar a demanda em dois ou três fornecedores, analisa.

Em 2004, a empresa passou por uma reestruturação profunda, diz seu principal executivo. Até então, ela era gerenciada por produto, e passou a ser por indústria. “Um enfoque distinto que reflete a tendência de que a tecnologia da informação passa a ser dirigida pelo homem de negócios, não pelo técnico”, observa. Ele reconhece que não foi fácil, mas o resultado é que, hoje, 70% dos negócios CPM são serviços. Gil acha que neste ano os negócios estão melhores do que em 2004, o que mostra que a estratégia adotada começa a surtir efeito. A expectativa é crescer de 15 a 20%.

A Accenture consolida sua presença

A atuação da subsidiária brasileira da Accenture no segmento de desenvolvimento de aplicações se dá em três frentes, segundo o sócio-diretor da área de telecomunicações da empresa, Petronio Nogueira. Uma, para atender a necessidades de relacionamento com clientes, como CRM, billing, Business Intelligence, entre outros; uma segunda, para aplicações próximas à rede, a exemplo de sistemas de suporte (OSS), sobretudo provisionamento; por fim, desenvolvimentos de sistemas de back office, entre eles de gestão de garantia de receita, cobrança, SAP. “Nossos produtos são desenvolvidos com metodologia bem estruturada, de qualidade comprovada pelo mercado”, assegura o executivo.

Além disso, acrescenta, a empresa dispõe de designware prontos para software de mercado, o que garante implementação mais rápida e com mais qualidade. Para isso, a Accenture conta com bastante massa crítica: uma equipe de 4,7 mil pessoas no Brasil, das quais, 1,2 mil dedicadas ao setor de telecomunicações, com especialização em diversos aplicativos. Na fábrica de software de Alphaville (Barueri-SP), 600 pessoas atendem a Accenture Brasil. Ao lado de desenvolvimentos sob medida, a empresa trabalha sobre plataformas Siebel, Clarify, Oracle. Com essa infra-estrutura, diz Nogueira, a empresa suporta o processo completo de desenvolvimento de aplicativos. “Nós nos tornamos uma extensão virtual da capacidade do próprio cliente. Acelerando o seu conhecimento, é possível acelerar a implantação de soluções”, explica.

No ano passado, a empresa teve uma presença importante no mercado. “Consolidamos nossa atuação em áreas como CRM e billing, e aumentamos a participação em sistemas OSS, tanto junto às incumbents, quanto às principais operadoras móveis”, diz Petronio Nogueira, acrescentando que, em 2005, a Accenture deve crescer mais de 30%. “O que balizará a nossa eficiência em oferecer ao cliente conhecimento, tecnologia, uma capacidade de entrega diferenciada. Isto é, contribuir para o seu desempenho”, finaliza.