



A Alog segura os custos e estimula a criatividade

O ano de 2008 tinha tudo pra dar errado, mas a crise afetou pouco a Alog — pelo menos para o mal. A crise acelerou a corrida pela terceirização dos serviços de Internet, que é meio de comunicação e ferramenta de negócio. “Hoje”, diz Sidney Breyer, presidente da Alog Data Centers, “apenas 30% das grandes empresas ainda mantêm estrutura própria.”

Melhor para a Alog. Ela aumentou a receita líquida em 34,40% em relação a 2007. “Não há milagre nem mistério algum nisso tudo. A Internet virou uma instituição mundial, ninguém mais abre mão dela. Mas, para a empresa de porte médio ou grande, não é coisa fácil de administrar. Custa investimento pesado, sem garantia de qualidade e obriga a empresa a se desviar do objetivo principal dela.”

Mas, com certeza, a imunidade da empresa ao vendaval que sacudiu a economia nos diversos continentes não se deve apenas a tudo isso. No clima de insegurança, a Alog, sem pânico, se manteve prudente. A Alog adotou uma política de controle de custos, no limite necessário para garantir, ao mesmo tempo, o equilíbrio financeiro e a continuidade dos projetos. Nada de contrair dívidas.

E a Alog estimulou a criatividade das equipes e investiu nas pessoas. A Universidade de Treinamento Online, em 2008, ministrou mais de 30 cursos, dirigidos aos veteranos. “A ideia é aprofundar os conhecimentos da equipe, treiná-la na aplicação das novas tecnologias, a serviço da melhoria de produtividade dos negócios.” O Programa Trainees 2010, que recruta e treina jovens profissionais em começo de carreira, mantém o olhar

no futuro. O esforço se justifica ante a demanda criada pela contratação em ritmo acelerado, para responder à execução dos novos projetos: a Alog fechou 2008 com menos de 250 colaboradores diretos. No final de julho, eles já somavam 309.

A empresa também melhorou o atendimento aos clientes. Todas as rotinas que dispensam o olho no olho foram automatizadas. Por exemplo: o hosting gerenciado, que tornou bem mais veloz o envio, recebimento e atendimento de demandas. O modelo de software como serviço (SaaS), segundo Breyer, é outro sucesso de relacionamento. Em vez de comprar, o cliente aluga a solução. “Os valores variam muito, conforme o tamanho e a complexidade da estrutura. Mas é mais barato.” Dos novos clientes, 50% já adotam o modelo.

A Alog investiu cerca de R\$ 20 milhões em novas tecnologias, dos quais, aproximadamente, R\$ 2 milhões em computação remota via Internet (*cloud computing*), solução que permite ao universo de usuários compartilhar as ferramentas computacionais, graças ao sistema que as integra. Com isso, não precisam manter e administrar infraestrutura própria. A novidade deve estar no ar até dezembro de 2009. Na empresa, não se fala em outra coisa.

A título de experiência, a Alog já implementou a solução internamente. A ideia é dirigir-se ao mercado com soluções específicas, para uso em determinados horários ou períodos do ano. A lista de usuários potenciais comporta desde as empresas de comércio eletrônico, nas festas de fim de ano registram volume bem maior de transações, até a computação gráfica, para a



Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)
ALOG DATA CENTERS DO BRASIL	845,80	34,40	10,49	2,20	0,00	21,95





Sidney Breyer

presidente

“Para a empresa de porte médio ou grande, a Internet não é coisa fácil de administrar.”

circulação de imagens.

Um bom argumento de vendas também funciona, diz Breyer. “Na hora de vender, a gente mostra ao cliente que, se ele nos contratar, ganhará em termos de custos, que tendem a ficar até 10% mais baixos. Também ganhará em termos de segurança física e lógica. O sistema dele vai trabalhar com 99,5% de disponibilidade.” Quanto à qualidade, o pessoal de tecnologia e de atendimento se orienta pelas metodologias e certificações internacionalmente aceitas, como ITIL e ISO 9001:2000.

Somente no primeiro semestre de 2009 foram conquistados 175 clientes nos segmentos de tecnologia, e-commerce, entretenimento, telecomunicações, construção civil, governo, educação, indústria, varejo, comércio, engenharia, turismo e ONGs. O atendimento se faz pelos dois datacenters – em São Paulo (60%) e Rio de Janeiro (40%).

Mas o argumento da qualidade que se escora na tecnologia de ponta não funciona apenas para atrair, reter e tomar clientes fiéis, avalia Breyer. O esforço também ajudou a Alog, ante a ameaça da crise, na hora de negociar e renegociar contratos — “pois, afinal, nem tudo são sempre flores”.

Mas, em vez de cortar os preços no osso, a Alog concedeu descontos menores, com a compensação de soluções ainda mais eficientes, no melhor estilo valor agregado. Parte dessa estratégia foi costurada pela recém-criada divisão de inteligência de mercado. Em parceria com a divisão comercial, muitas vezes, a inteligência de mercado apontou saídas estratégicas capa-

zes de acomodar o interesse de todos.

Os bons ventos continuaram a soprar em 2009. No primeiro semestre de 2009, a Alog cresceu 32%, faturando R\$ 42 milhões — mais R\$ 10 milhões em relação a igual período do ano passado. De janeiro a julho, fechou 175 novos contratos. E já vai longe no projeto de abertura de capital, pronta pra virar sociedade anônima em 2010. Nesse processo, conta com o suporte técnico dos auditores da Terco Grant Thornton.

Se tudo continuar bem, a expectativa da Alog é fechar 2009 com faturamento bruto de R\$ 85 milhões — 35% superior ao do ano passado.

De fato, a crise passou longe da Alog. Mas a lição que ela deixou dispensa a prova amarga. “De observar o entorno, a lição que nos fica é de que devemos insistir naquilo que está no nosso DNA: investimento nas equipes, em tecnologia, relacionamento com clientes e, nos dois casos, inovação enquanto estilo de vida.” Sidney Breyer promete ainda novos serviços em 2009 e 2010. Complementarmente, a estratégia insiste na seriedade e transparência na gestão das contas. A Alog não está de brincadeira, ele avisa. A meta é chegar a 2019 faturando R\$ 1 bilhão.

Resultado, dois anos atrás, de fusão da carioca Alog com a paulistana .comDomínio, a Alog Data Centers do Brasil administra, atualmente, uma carteira de clientes da qual fazem parte mais de 850 grandes empresas. Numa área total de 4 mil metros quadrados, para hospedagem de servidores, a Alog gerencia mais de 4 mil servidores, que rodam aplicações de Internet, sistemas de missão crítica e aplicações de diferentes tipos.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Segmento (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
31.338,08	2.350,36	3.286,00	38,71	1,33