



# A Primesys exorciza a recessão

**A crise assustou em 2008, mas a Primesys tirou** dela a melhor lição: é preciso se preparar, e quem se prepara, sai mais fácil de crises. “Nós conseguimos responder sem solução de continuidade dos projetos em andamento, sem recuar, sem perder mercado e, mais do que isso, conseguimos fazer coisas novas”, diz Maurício Vergani, diretor executivo da Primesys. “Pelo contrário, a crise nos obrigou a melhorar em termos de qualidade e planejamento, com enorme redução dos custos.” Com os custos reduzidos, ficou mais fácil segurar os preços dos serviços e, assim, reter os clientes, igualmente seduzidos pelo apelo da redução de despesas, ante o clima de instabilidade financeira.

“Daqui pra frente, esse vai ser o estilo Primesys de operar”, diz Maurício. “Vamos ajustar os custos e ajudar os clientes a fazer o mesmo.”

O argumento de vendas se reforça com as questões da disponibilidade e da qualidade. “Na verdade, no nosso ramo de negócio, elas são sinônimos perfeitos.” Mas a Primesys insiste em adotar estratégias específicas nos dois casos. “É que nós entendemos que disponibilidade, o objeto do desejo dos clientes, só existe se houver qualidade, no que diz respeito às pessoas envolvidas no atendimento e à tecnologia.” Os técnicos precisam assumir o importante papel de analistas de negócio; nessa nova forma de trabalhar, diz Maurício, os técnicos estudam o cliente para modelar o serviço de acordo com suas necessidades. A tecnologia, por sua vez, só tem valor se utilizada para aumentar a lucratividade do negócio.

Na busca da qualidade, a Primesys, com o respaldo

da Embratel, à qual está ligada, pode se dar ao luxo de manter dentro de casa uma estrutura de rede com duas redes de transporte dos dados (ou backbones). “Isso já é meio caminho andado para o sucesso”, acredita Maurício.

Outra arma da Primesys é a informatização total dos processos de relacionamento com clientes. “Somente nas situações que requerem contato pessoal nós abrimos mão do modelo automatizado. Nos demais, o que inclui a totalidade dos processos administrativos, usamos a automação”, diz Maurício. “Isso nós faz ganhar tempo, e com enorme redução de custos.”

A internalização dos processos, segundo ele, exigiu a contratação de novos funcionários, mais bem capacitados, sobretudo nas áreas de manutenção e de operação de sistemas. “Mas esse gasto compensa, pelos resultados.”

Em determinado momento, a Primesys, sob pressão dos clientes, dispostos a pisar no freio, teve de renegociar contratos. “Mas nós nos saímos muito bem. Numa conversa aberta, transparente e pautada pela ética, a proposta que levamos aos nossos clientes foi a de compensá-los com soluções novas, capazes de levá-los à economia.” Exemplo de produto de alto valor agregado são as soluções de videoconferência. “Os clientes que aderiram à novidade acabaram economizando mais do que o fariam se reduzissem o valor dos contratos conosco.”

A agressividade da Primesys lhe rendeu uma série de grandes contratos, diretamente assinados ou em parceria. Nesse caso, destaca-se o contrato milionário



Empresa	Pontuação	Crescimento Receita Líquida (%)	Rent. s/vendas (%)	Liquidez corrente	Endiv. sobre ativo (%)	Lucro Liq. P/ Func. (US\$ mil)
<b>PRIMESYS</b>	5.569,60	22,83	35,67	0,78	0,00	213,17





## Maurício Vergani

diretor executivo

**“A empresa conseguiu passar pela crise sem interromper nenhum serviço e sem perder clientes para a concorrência.”**

da Scopus, fornecedora de serviços de help desk do Unibanco. A Primesys embarcou no empreendimento como fornecedor de serviços de suporte a todos os equipamentos de comunicação de dados do Unibanco.

Na outra mão do modelo de parcerias, a Primesys contratou a PromonLogicalis para lhe fornecer toda a linha de equipamentos a instalar na casa dos clientes (CPE), com tecnologia da Cisco.

O sucesso da Primesys assume importância ainda maior quando se sabe que, em agosto de 2007, recém-vendida pelo Grupo Portugal Telecom para a Embratel por R\$ 81 milhões, a Primesys não realizou sequer um único negócio.

Em 31 de dezembro de 2007, o balanço registrava apenas R\$ 1,00 em caixa. Mas, em 2008, os indicadores eram todos favoráveis, a começar pelo nível de endividamento, que desceu dos R\$ 769 milhões para R\$ 624 milhões. Os dividendos pagos bateram na casa dos R\$ 89,2 milhões, contra R\$ 52,8 um ano antes.

A Primesys agregou ainda mais valor à Embratel. Conhecida pela rapidez com a qual desenvolve projetos personalizados, ajustados às necessidades de cada cliente, a operadora foi uma das primeiras, no Brasil a trabalhar com medições de qualidade, conhecidas como SLAs, tranquilizando os clientes que demandam níveis de serviço altos para aplicações. Unibanco e Bradesco, por exemplo, foram dois clientes seduzidos por isso. A Primesys tem o respaldo de uma rede terrestre, além de uma rede por satélite alugada. No total, são 13 mil pontos de clientes, em 140 pontos de presença, nos 66 dos maiores municípios brasileiros.

Mas o que, segundo Maurício, favorece a Primesys, fora a ampla carteira de serviços, é o modelo de negócios, que incorpora metodologias exclusivas e experiência na implementação de projetos de grande porte. A Primesys oferece produtos e serviços de infraestrutura, que, segundo Maurício, permitem aos clientes dispor de muito mais tempo para dedicar ao negócio principal. No pacote, a promessa de disponibilidade, segurança e confidencialidade.

“Ao contratar solução da Primesys, o cliente torna mais inteligentes e econômicos os sistemas de gerenciamento de redes, com tecnologia de ponta e vários serviços de valor agregado, capazes de potencializar a estratégia de negócios.” A Primesys presta serviços, com prioridade, para empresas das verticais financeira (bancos e seguradoras), indústria, varejo, informática e telecomunicações.

Outra tática da Primesys são as parcerias com consultorias. Em dezembro, ela se juntou à Paymetric, especializada em soluções de pagamento, com o objetivo de prover avançadas soluções de integração de sistemas de gestão empresarial (ERP) e de apoio aos negócios, todos da marca SAP.

Em julho de 2009, a carteira de clientes incluía, além de Unibanco e Bradesco, entre outros, a BSI Tecnologia, C&A Modas, Citigroup, Cotia, IBI, Klabin, LouisDreyfus, Marisa, Stefanini e Grupo T&S.

Mas a Primesys sonha com muito mais. De olho na lição que a crise legou — de que é preciso planejar, para estar preparado — a empresa pensa, no mínimo, repetir as marcas de 2008, editando outro balanço em azul, conta Maurício.



Receita Líquida Total (US\$ mil)	Receita Líq. Prop. Segmento (US\$ mil)	Lucro Líquido Total (US\$ mil)	Rent. s/ patrimônio (%)	Giro dos Ativos
211.562,10	211.562,10	75.463,00	94,20	1,27