

Software

Em busca de um novo modelo

A O INSTITUIR UMA POLÍTICA INDUSTRIAL PARA O PAÍS, O GOVERNO LULA ESTABELECEU PARA 2007 A META DE EXPORTAR US\$ 2 BILHÕES EM SOFTWARE. PARA QUE ESSES NÚMEROS SE CONCRETIZEM, MEXEU NO MARCO REGULATÓRIO, RENOVOU LINHAS DE FINANCIAMENTO E, AGORA, TENTA ESTABELECE MEDIDAS COMPLEMENTARES PARA QUE O BRASIL OFEREÇA MÃO-DE-OBRA CAPACITADA PARA ATENDER A DEMANDA DA INDÚSTRIA. APESAR DOS ESFORÇOS PARA AUMENTAR AS EXPORTAÇÕES, EM 2005, O MERCADO INTERNO FOI O GRANDE COMPRADOR DE SOFTWARE E TORNOU-SE MAIS EXIGENTE, O QUE LEVOU A INDÚSTRIA FORNECEDORA DE SOFTWARE A DISCUTIR UM NOVO MODELO DE NEGÓCIOS.

Do conjunto de medidas adotadas pelo governo para incentivar o crescimento do mercado de software no país, a que apresentou o melhor resultado até agora foi a política de financiamento. A principal linha de crédito, o Prosoft, foi reformulada pelo BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), e já acumulou R\$ 352,3 milhões em operações (veja a página 93).

A política de financiamento permitiu também o início de um movimento de consolidação no mercado. O caso mais concreto foi a criação da Totvs, ocorrida depois que a Microsiga recebeu aporte de R\$ 40 milhões do BNDES e conduziu a fusão com a Logocenter, formando uma potência nacional em sistemas de gestão, com faturamento de R\$ 219 milhões, em 2005.

Apesar do sucesso na área de financiamento, no conjunto as medidas da política industrial ainda não tiveram o resultado esperado. A principal lei criada para incentivar a exportação de software, a 11.196/2005, não agradou a indústria e o governo já admite rever a sua regulamentação. "Precisamos de uma revisão na regulamentação, que ficou aquém da demanda da indústria", admite Jairo Klepacz, secretário de Tecnologia Industrial do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. Segundo ele, há necessidade de melhor explicitação dos benefícios para que as empresas tenham segurança para investir para exportar. O principal problema apontado pela indústria é a exigência de exportação de um mínimo de 80% da produção, que obriga a empresa a criar uma pessoa jurídica exclusivamente para exportação, para que possa usufruir dos benefícios fiscais: "Isso tem custo de gestão, é uma outra estrutura", reconhece Klepacz. Ele aponta como crucial também a adoção de medidas para capacitação profissional (veja a página 94).

Do lado da indústria, a avaliação é de que essas iniciativas não foram suficientes para que o país se torne base de exportação de software e serviços na proporção al-

mejada e possa concorrer com países como a Índia, que exporta anualmente em torno de US\$ 25 bilhões em software e serviços. Enquanto se delineiam os ajustes, outro ministério envolvido com a política industrial, o da Ciência e Tecnologia, já admite que a meta de US\$ 2 bilhões não deve ser alcançada no próximo ano. Os números do ano passado reforçam o desânimo: o próprio MCT, com o aval da Softex, avalia que o mercado brasileiro exportou US\$ 400 milhões em software. Para a Abes, que encomendou pesquisa à IDC, o mercado de software brasileiro atingiu, em 2005, US\$ 2,7 bilhões, mas exportou apenas US\$ 35 milhões em licenças e US\$ 142 milhões em serviços de software.

Software como serviço?

Enquanto os vários setores do governo tentam adequar a regulamentação às necessidades da indústria, os fornecedores de software discutem um novo modelo de negócios, diante das exigências dos clientes. E o grande debate que se trava no momento é: será que o modelo de licenciamento vai permanecer? O uso das arquiteturas voltadas para serviço – SOA e *webservices* – e linguagens abertas – Java, por exemplo –, em sistemas cada vez mais ao gosto do freguês, está fazendo com que as empresas repensem o modelo de licenciamento habitual.

O novo discurso já tem entre seus adeptos até a Microsoft, empresa que criou o modelo de licença considerado tradicional. Em encontro com analistas, Steve Ballmer, CEO da Microsoft, afirmou que a corporação está avaliando essa nova realidade: “Software está se tornando um serviço”. A sinalização de Ballmer foi abordada de forma mais direta pelo gerente geral Alan Yates, responsável pela área de Estratégia e Padrões de Documentos da Microsoft Corporation. Ao participar de um seminário na Câmara dos Deputados, em julho, Yates anunciou a decisão da empresa de desenvolver um tradutor, em *software*

de código aberto, para garantir a interoperabilidade de seus aplicativos com os de outras empresas. Segundo o executivo, a decisão vai atender à demanda do mercado e também de governos. “É um movimento pela interoperabilidade que é requisitada pelos nossos clientes”, justificou.

Cláudia Ferris, líder para área de plataformas corporativas da Microsoft Brasil, comenta que esse movimento é muito natural, já que a área de TI tende a ser uma prestadora de serviços para negócios. “Isso vai provocar, automaticamente, padronização e maturidade da infra-estrutura. E, claro, maior controle sobre os investimentos”, acredita. Cláudia lembra que software como serviço teve um primeiro ensaio na onda da modalidade de Application Services Provider (ASP). “Inicialmente não deu certo”. Mas a Microsoft, sem esforço nenhum, cresceu, em 2005, 50% nesse modelo. “Modelos flexíveis incentivam mais as empresas de menor porte a automatizar processos como ERP e CRM, porque não exige esforço para customização”, avalia.

Para Sérgio Pires, gerente de marketing da HP, software já é um serviço por natureza e o modelo de licenciamento, ou permissão do uso, e a tendência de software como serviço não é nova e não evolui rapidamente. “A questão é que os usuários buscam modelos mais flexíveis – aluguel, ASP ou sob demanda – para controlar os investimentos e reduzir custos desnecessários”.

Já a Sun Microsystems criou o modelo Enterprise Software, em que o interessado faz o *download* do sistema pela Internet, sem obrigatoriedade de pagamento de licença. Mas a Sun só assume a responsabilidade nos casos em que for remunerada por suporte técnico, manutenção ou atualização da solução. Ou seja, o que interessa para a empresa, mesmo, é prestar o serviço. “Temos certeza de que, para missões consideradas críticas, o cliente não vai querer ficar descoberto dos serviços”, explica Carlos Gui-

marães, diretor de software da Sun Brasil.

Na visão de Marco Leone, *country manager* da CA Brasil, os compradores estão mais duros na hora da negociação e isso obriga o fornecedor a se adaptar. “O modelo de licenciamento tradicional promove, já há algum tempo, um dilema entre fornecedores e usuários. E esse formato não está bom para nenhum dos dois”, afirma. Para Leone, muitos mercados estão sensíveis ao pagamento por uso, principalmente os nichos que têm margens mais apertadas, como o varejo. Já os bancos procuram um modelo flexível, que permita o crescimento da sua infra-estrutura, de forma automática, no conceito sob demanda. “O serviço dá a sensação ao usuário de que se paga melhor e se controla melhor o gasto. O fornecedor não quer perder a base instalada e por isso vai se adaptar ao modelo escolhido pelo cliente”, acredita Leone.

Para a Totvs, a estratégia de BPM está sendo elaborada para que a empresa esteja preparada para a nova realidade. “A expectativa, daqui em diante, é que serviço puxe a aquisição de software”, explica Laércio Cosentino, presidente do grupo. A visão da empresa é a seguinte: os usuários não vão mais se interessar por licença, pura e simplesmente. “A tendência é do software mais simples, mais intuitivo, sob medida para o cliente, com uma oferta completa de serviços: do *datacenter* à consultoria estratégica de negócios.”

Cresce a demanda no mercado interno

Apesar da movimentação no cenário político e regulatório para fortalecer o mercado brasileiro rumo às exportações, foi o mercado interno que gerou bons negócios em 2005. Karen Bitran, gerente de consultoria e pesquisas em software da IDC América Latina, diz que o mercado brasileiro de software movimentou US\$ 2,7 bilhões no ano, ajudado pela variação cambial. “O dólar caiu e isso deu maior poder de compra a muitas empresas que têm seus orçamentos em reais. Lembrando que a maior parte dos fabricantes de software tem a mesma

política de preços para a região, em dólar”, explica.

Para a Microsoft, 2005 foi um ano de consolidação no mercado de software corporativo. Originalmente vista como o grande *player* em sistemas para desktop, apesar do poder que exerce, a Microsoft custou para alcançar status e solidez no mercado corporativo, principalmente com soluções de missão crítica, banco de dados e Customer Relationship Management (CRM), mas conseguiu: de acordo com Claudia Ferris, a empresa, só no segmento de servidores de alto desempenho, dobrou de tamanho. A Microsoft fechou importantes projetos de grande porte: a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) migrou do mainframe; na Telefônica, Ripasa e Marcopolo, a Microsoft entrou com sua plataforma de banco de dados e suporte a Enterprise Resources Planning (ERP); implementou a nova linha de CRM, o Dynamics, no Itaú, Gol e Unibanco; já na Votorantim, interligou, com sua solução de integração, o BizTalk Server, o *backend* ao sistema de gestão empresarial da SAP.

Quem também registrou bom desempenho com as vendas de soluções foi a HP Brasil. A empresa mantém a aposta em governança de TI e gerenciamento de infra-estrutura com o Open View, solução que reúne mais de 130 módulos. Há três anos a HP detectou que a área de TI estaria cada vez mais pressionada pela área de negócios. “A resposta de TI às demandas por redução de custos e melhor atendimento foi gestão e controle dos seus ativos”, avalia Sérgio Pires, gerente de marketing da HP. Para a HP Brasil, a movimentação das áreas de TI das empresas, rumo à governança e ao gerenciamento de infra-estrutura, se refletiram no crescimento de 74%, em 2005, no segmento de software. “Foi um ano muito bom, mas a expectativa não era crescer mais do que os índices do mercado geral de TI”, revela Pires. De olho na indústria, e se antecipando a uma possível nova onda de investimentos, a HP correu para adaptar a sua solução à arquitetura de SOA. “Em SOA, é possível interligar estruturas antigas e novas estabelecendo métricas de

A onda de fusões e aquisições

89

controle, administração e automação. Esse movimento, se vier, deve ser muito rápido porque as áreas de negócios pedem serviços mais complexos e que interligam infra-estrutura e processos muito heterogêneos”, analisa Pires. A CA também vai continuar apostando no gerenciamento da infra-estrutura como modelo de negócios para crescer. A empresa fez uma pesquisa com usuários de tecnologia e descobriu que, há alguns anos, somente 3% das áreas de TI utilizavam ITIL, enquanto hoje 16% das empresas aderiram à metodologia. “O mercado está sentindo necessidade de padronização e gerenciamento de infra-estruturas heterogêneas”, diz Leone.

Gerenciamento e governança

Apostando na movimentação das empresas, a CA foi às compras para ampliar seu portfólio: F-Control (software para automação e suporte de TI), Wily Technology (software de gerenciamento e performance de aplicações), Cybermation (software de automação), XOSoft (gestão de armazenamento) e Concord Communication (soluções de gerenciamento para infra-estrutura de TI em telecomunicações). Mas na visão da CA, gerenciamento de infra-estrutura e aplicações é mais do que responder as demandas das exigentes áreas de negócios. É segurança. “Adoção de tecnologias – principalmente em telecomunicações – WiFi, WiMAX, VoIP, RFID, telefones inteligentes, vão demandar integração e segurança”, aponta Leone.

A IBM também deixou clara a sua aposta em SOA ao adquirir três empresas – MRO Software, FileNet e Webify – para fortalecer seu portfólio no segmento. Marco Bravo, diretor de software da IBM Brasil, explica que SOA evoluiu porque, com o crescimento vertiginoso dos diferentes aplicativos em plataformas distintas, a infra-estrutura dos usuários foi se tornando engessada e muito cara para se integrar, principalmente no nicho corporativo. “SOA será uma opção flexível para padronizar e estabelecer a comunicação e melhorar os serviços internos”, explica.

Depois da consolidação da Totvs, o grupo adquiriu a APSOFT Consultoria e selou uma joint venture com a BMI, do Grupo Chieko Aoki, para ingressar no promissor nicho de gestão de planejamento de negócios ou BPM (Business Performance Management). Após a abertura de capital na Bolsa de Valores de São Paulo, adquiriu a concorrente mineira RM Sistemas, que por sua vez havia incorporado a Holomática.

A Senior Solution, uma das principais fornecedoras de software para o mercado financeiro, ganhou dois sócios de peso: o Stratus Banco de Negócios – instituição especializada em projetos de investimento em venture capital e private equity, do qual a Finep é cotista – e o BNDES, por meio do BNDESPAR.

Este ano, a IBM oficializou a anunciada aquisição de uma empresa nacional, a Global Value Soluções, adquirida por US\$ 100 milhões, com recursos repassados pela IBM Corp. para a subsidiária brasileira. Com a aquisição, a IBM pretende reforçar a sua atuação no segmento de pequenas e médias empresas e de prestação de serviços sob medida para o mercado corporativo. A IBM vai incorporar os 400 funcionários da GVS e continua buscando outras oportunidades de compra.

Analistas de mercado avaliam a consolidação do mercado nacional como uma estratégia clara para fazer frente à reorganização das multinacionais, dentro e fora do Brasil. “As empresas brasileiras estão qualificadas para exportar e as suas soluções têm um nível de sofisticação equivalente aos sistemas produzidos fora do país”, analisa Cássio Dreyfuss, vice-presidente e diretor de pesquisas do Gartner para a América Latina.

Para lembrar, nos últimos anos, a Oracle foi às compras e adquiriu a JD Edwards, a PeopleSoft, a Retek e a Siebel, que juntas foram arrematadas por cerca de US\$ 20 bilhões. A SAP, apesar de apostar no desenvolvimento interno, comprou a Triversity, empresa canadense de soluções para o varejo. E, num dos maiores negócios registrados nos últimos tempos no mercado de tecnologia, a Symantec incorporou a Veritas, por US\$ 12 bilhões. Com a operação, realizada no ano passado, transformou-se num dos principais players do mercado corporativo.

Solo fértil

para BI e BPM

Gestão eficiente, redução de custos e ampliação das margens de lucro continuam sendo uma obsessão para as corporações. Isso se traduz em constantes modernizações dos sistemas de gestão integrada (ERP), que incrementam, por sua vez, a informatização dos processos de disseminação de informação e comunicação. Cenário perfeito para a adoção de aplicação das tecnologias de BI (Business Intelligence) e BPM (Business Performance Management) e que justifica o tamanho do mercado mundial, estimado em US\$ 3,5 bilhões. Na avaliação da IDC, o mercado brasileiro de BI movimentou, em 2005, algo entre US\$ 70 milhões e US\$ 80 milhões. A previsão de crescimento para 2006 é de 22%. O levantamento realizado pela equipe do Anuário Informática Hoje 2006 também indica que BI e BPM devem continuar em alta.

Para a Cognos, que segundo a 17ª Pesquisa do Mercado de Tecnologia da Fundação Getúlio Vargas (FGV) detém 10% dos usuários brasileiros de BI, 2005 foi um ano agitado. Além de conquistar grandes projetos — Novartis, HSBC e Banco do Nordeste — e lançar o Cognos 8, a empresa registrou um crescimento entre 20% e 30% nas vendas de licenças. Segundo Marcos Chomen, diretor de vendas, o que ditou o ritmo de negócios foram projetos voltados para o planejamento corporativo e a padronização das bases de informação e seus processos. Quem puxou essa tendência foram empresas de grande porte, como Cargill, Vale do Rio Doce, Itaú e Grupo Martins. Chomen explica que a padronização das estruturas de BI é promovida pela necessidade de olhar para o futuro. “O performance management vai permitir que as empresas possam planejar e medir a eficiência de estratégias ainda nem adotadas”, explica.

Já a Business Objects, que detém 9% do mercado (dado da FGV), conseguiu crescer 35%, em reais, em 2005. Fernando Corbi, country manager da BO para o Brasil, afirma que os mercados com melhor de-

sempenho foram os tradicionais: telecomunicações, governo e finanças. No setor financeiro, a BO conseguiu dois importantes contratos: Caixa Econômica Federal e Santander. No caso do Santander, a BO desbancou a rival Microstrategy e está padronizando o BI da empresa com sua tecnologia. A expectativa de Corbi é manter o mesmo desempenho em 2006. Mas a empresa está olhando para 2007. “Análise de performance deverá promover a próxima onda”, estima.

Concorrência acirrada

Mesmo com a investida da concorrência, a Microstrategy aumentou 20% a sua base de clientes no Brasil. É o que revela Flavio Boliero, gerente-geral da subsidiária brasileira. “As expectativas eram mais conservadoras, já que a previsão de crescimento do mercado de BI não ultrapassava 8%”, aponta. Boliero atribui o desempenho acima do esperado a dois setores com forte demanda. “Os gastos públicos se mantiveram contínuos e a expansão perene das grandes empresas acarretou mais compras em BI”, revela. Mas a Microstrategy está atenta à movimentação no mercado de médias empresas, que buscam redução de riscos de fraudes e ampliação das vendas. “Em 2006 esse segmento deve atingir 25% da base de clientes”, estima.

A Hyperion, que segundo o estudo da FGV detém 5% do mercado, diz ter crescido 45% em vendas de licenças, em 2005. O resultado se deu, explica Claudio Pedone, diretor-geral para o Brasil, pelo crescimento das vendas, principalmente nos setores de finanças, manufatura e serviços. Mas a empresa quer mais. Pedone, que assumiu a operação em dezembro de 2005, quer apoiar a meta de crescimento na América Latina, programada para 55%. A estratégia da companhia para crescer, de acordo com Pedone, é trabalhar nos próximos três anos em cima de uma base de nada menos que 1,2 mil empresas com condições para utilizar BI e BPM.

ERP

Concentração e bons negócios

O mercado brasileiro de ERP, em 2005, faturou US\$ 169,5 milhões -- segundo a Frost & Sullivan -- e viveu um período de consolidações, com menos *players* e mais competição. De acordo com o levantamento da Fundação Getúlio Vargas (FGV), realizado entre setembro de 2005 e fevereiro de 2006, o grupo Totvs passou a liderar o mercado, com 24% de participação (o percentual inclui as operações da Microsiga, Lococenter e RM Sistemas), seguido pela SAP que, com 23%, perdeu a posição de primeira do ranking. A Oracle, somada a participação da PeopleSoft, ficou com 15%, e a Datasul com 16%.

A SAP encerrou seu ano fiscal em 2005 com faturamento global de €3,51 bilhões (crescimento de 13%). Em licenças, o incremento foi da ordem de 18%. E o mercado brasileiro, segundo o diretor-presidente da SAP Brasil, José Ruy Antunes, seguiu o crescimento mundial. "Foi um ano muito bom e deverá ser muito melhor em 2006", projeta. O executivo comenta que, em 2005, o aquecimento dos negócios teve dois importantes carros-chefe: o setor de siderurgia e o atendimento a normas regulamentatórias. Para continuar crescendo, a SAP aposta na sua plataforma de *Enterprise Services Architecture*, baseada na arquitetura orientada a serviços (SOA), para impulsionar os negócios no Brasil e no mundo. "Trata-se da solução para o dilema dos CIOs", afirma Antunes.

Apesar do quarto lugar no ranking da FGV, o ano de 2005 foi muito bom para a Datasul. A empresa faturou R\$ 161 milhões. Coincidência ou não, o ano foi de preparação para a empresa captar investimentos no Bolsa de Valores de São Paulo. De acordo com Jorge Steffens, CEO da Datasul, houve um crescimento de 40% em licenças de uso. "Temos motivos para celebrar", diz, citando pesquisa da IDC, que indica um avanço de 2% no *market share* da empresa. O CEO atribui o bom desempenho às boas vendas das franquias nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste.

Em 2006 e 2007, a empresa planeja entrar com mais força

nos setores de saúde, agronegócios, finanças e mídia. Em tecnologia, a aposta é na integração de soluções de RFID (identificação por radiofrequência) como diferencial.

Na leitura de Laércio Cosentino, presidente do Grupo Totvs, 2005 "foi um ano excelente": a empresa faturou R\$ 219 milhões e teve seu valor de mercado avaliado em R\$ 1,1 bilhão. Com a compra da RM Sistemas, a Totvs saltou para uma carteira de 14,5 mil clientes e agora se prepara para oferecer soluções de BPM (Business Performance Management). Essa estratégia foi formalizada, em 2005, com uma *joint venture*, com a BMI. "Estamos criando processos e indicadores e formatando um modelo para expandir nesse segmento", informa Cosentino.

A aposta no setor público

Quem também comemora os resultados de 2005 no Brasil é a Oracle. A empresa não divulga dados regionais, mas informa que na América Latina, entre junho e novembro, cresceu 53% em licenças. Índice considerável, para uma empresa que poderia ter ficado engessada após investir mais de US\$ 20 bilhões na incorporação das grandes JD Edwards, iFlex, Siebel, Retek e PeopleSoft. "Estamos finalizando a integração das bases", informa o presidente Silvio Genesini. Ele explica que o bom desempenho no país se deu pelo constante investimento nas verticais. O governo, diz Genesini, não se informatizou completamente e, por isso, há espaço para crescimento. As expectativas do executivo, no entanto, vêm das possíveis adaptações para a arquitetura orientada a serviços (SOA). "A migração vai causar impacto financeiro", avalia. Para Genesini, um dos mercados que deve se beneficiar com essa arquitetura é o setor de telecomunicações. Isso porque as infra-estruturas são híbridas e precisam ser modernizadas para atender novos serviços e clientes mais exigentes. "Mobilidade, TV Digital e IPTV devem impulsionar as migrações também", acredita.