



JACKELINE CARVALHO*

A boa forma dos ERPs

Mercado apresenta excelente desempenho no Brasil e no Mundo, com um 2008 sinalizando a manutenção do processo de consolidação, assim como a abordagem por verticais e a crescente venda para pequenas e médias empresas

O ARC Advisory Group estima que o mercado mundial de aplicativos ERP atingirá a cifra de 25 bilhões de dólares em 2011. Mas em 2008, o que deve movimentar esta grande indústria, que até pouco tempo vivia de negócios vultosos e, recentemente, por volta de dois anos mais precisamente, passou a brigar por pequenos e médios clientes, assumindo uma espécie de esgotamento dos contratos com grandes corporações?

Ninguém melhor do que os próprios fornecedores para dar o tom do que deve ser foco em seus negócios ao longo deste ano. A constatação é que o ERP se reinventou a partir de uma versão



"Manteremos o foco em SMB. Temos que estar mais neste mercado, porque é onde há maior perspectiva de adoção do ERP. Nas grandes empresas, a idéia é oferecer novos produtos",

MEVA DURAN, DA SAP BRASIL

voltada a pequenos e médios negócios, ou simplesmente, SMB, como preferem os norte-americanos. Nesta arena estava, e ainda prevalece, a grande oportunidade de negócios nesta área, assim como uma abordagem por segmentos verticais, sustentada, obviamente, por versões de produtos específicas.

Em paralelo, as oportunidades de negócios também permeiam os sistemas que se instalam na periferia dos ERPs, como os aplicativos de business intelligence, CRM (customer relationship management), SCM (supply chain management), SRM (Supplier Relationship Management), entre outros. Uma tendência que define as estratégias de grandes fabricantes internacionais e locais e que, segundo o ARC Advisory Group, se unirá ao potencial dos mercados emergentes, como a China, e ao aumento das vendas de serviços de manutenção dos sistemas. "Há muitas empresas fazendo upgrade de soluções e aproveitando para olhar outras tecnologias, como SCM, performance management, SOA, etc. O ERP do passado era bastante limitado, houve a necessidade de migração. Com a mudança, aproveitou-se para melhor utilizar o produto e ampliar seu alcance", sentencia Celso Tomé Rosa, vice-presidente de Vendas da Infor para o Brasil.

Mundialmente, a soma do ERP com os demais aplicativos empresariais resultará em um mercado estimado em 43 bilhões, em 2011, registrando um crescimento anual de 8,3% neste período. Sozinho, o ERP terá desempenho positivo de 6,7%, estima o ARC.

Ainda não se tem registros do desempenho deste mercado no Brasil ao longo de 2007, mas declarações de executivos da SAP podem orientar algumas análises. A empresa obteve um desempenho "robusto e memorável", segundo seu diretor-presidente, Alberto Ferreira. Sem revelar as cifras registradas no País, ele informou, no final de janeiro, que o Brasil esteve mais uma vez entre as subsidiárias de maior crescimento no mundo, com alta de 25% em seu faturamento total, 40% em receita de software e 352 novos clientes, um aumento de 143% em sua base (na América Latina a SAP tem 4,3 mil clientes, dos quais 2,6 mil pertencem ao segmento das PMEs. O Brasil tem 45% do total). "Manteremos o foco em SMB.

Temos que estar mais neste mercado, porque é onde há maior perspectiva de adoção do ERP. Nas grandes empresas, a ideia é oferecer novos produtos", explica Meva Duran, diretora de produtos da SAP Brasil.

Nacionalização

Segundo ela, parte deste crescimento se deve à estratégia de fortalecimento do ecossistema de negócios, especialmente nas indústrias aeronáutica, automobilística e farmacêutica, e um foco todo especial nos canais de distribuição para fortalecer a participação no mercado de pequenas e médias empresas (SME). Como resultado dessa política, a SAP registrou no País um crescimento de 81% em vendas indiretas (são mais de 200 parceiros de canal e 200 parceiros de serviços). Entre os clientes conquistados em 2007 estão o grupo Pão de Açúcar, Cyrela, Duratex, Comgas, Cia Hering, Medley e U&M Mineração.

"O mercado está muito comprador", dispara Maurício Prado, gerente-geral da unidade Microsoft Business Solutions – MS Dynamics, que vende ERP e CRM. Apesar de ter entrado mais tarde na briga dos ERPs para pequenos e médios negócios, a empresa se considera em vantagem em relação às outras internacionais, entende-se Oracle e SAP, porque desenvolveu uma plataforma para este perfil de empresas. "Não adaptamos uma solução para PMEs. Somos líderes em SMB, com 300 mil clientes (soma de todos os produtos da Microsoft). Nossos ERP e CRM nasceram focados em SMB, o que é diferente de outros competidores internacionais. Só não tínhamos entrado com força neste mercado, porque o esforço de adequação do produto à realidade fiscal e tributária do País era muito alto", pondera.

O objetivo da Microsoft é liderar o mercado de ERP para pequenas e médias empresas em 3 ou 4 anos. Para isso, está recrutando novos canais, que se somarão aos 30 de hoje, com previsões de encerrar o ano com algo entre 60 e 70 parceiros. "Estamos investindo alto em treinamento de novos consultores", diz Prado. Além disso, está em curso a seleção de parceiros especificamente para o provimento de sistemas no modelo SaaS (Software as a Service), uma das áreas de grande foco neste primeiro semestre. A Columbus IT é um dos parceiros, mas a ideia é agregar pelo menos 10 parceiros até junho.

FOTO: DIVULGAÇÃO



A luta da Microsoft, no entanto, não será fácil, pois além da SAP e Oracle, enfrentará, com igual vigor, a fúria dos players locais. A Datasul teve um ano tão grandioso quanto os demais, e já acredita que as barreiras financeiras e tecnológicas, que impediam o avanço de empresas de economias menores, já se dissiparam. A multinacional brasileira registrou, no terceiro trimestre de 2007, a receita operacional líquida de 56,2 milhões de reais, representando crescimento de 34,5%, quando comparados aos 41,8 milhões de reais do mesmo trimestre em 2006. Somente com licenças de uso de software, a empresa abocanhou 11,8 milhões de reais, apresentou um



incremento de 55% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Gradativamente, a Datasul vem construindo a imagem de business process outsourcer (BPO), para corporações de diferentes tamanhos e segmentos de atuação. Segundo Paulo Caputo, diretor de novos negócios da empresa, este é um processo inevitável e contra o qual as empresas de software não terão argumentos. "Estamos caminhando para a terceirização de processos, e as empresas de software precisam estar preparadas, pois seus sistemas apenas suportarão esta oferta", diz o executivo.

Em dezembro, a Datasul incorporou a Bonagura -- especializada em BPO para as áreas administrativo-financeiras, controladoria e recursos humanos. Esta foi a sétima aquisição da Datasul desde a abertura do seu capital na Bovespa, e mais um passo na ampliação do portfólio de SaaS (Software as a Service) da companhia, já que a Bonagura vende seus sistemas, desde 2000, sob a modalidade ASP (application service provider). Em 2007, a Datasul inaugurou seu novo data center e também comprou os ativos da Soft Team, agregando ao portfólio de outsourcing uma gama de soluções para área fiscal.

Segundo a cronologia, em outubro de 2007, o acordo com a Salesforce, com -- referência mundial em vendas de software como serviço -- transformou a Datasul na primeira fornecedora de software da América Latina a contar com uma oferta de aplicativo no modelo SaaS.

Tendência

Segundo o Gartner, o mercado global de SaaS deve crescer 22,1%, também nos próximos três anos (2011). Especificamente na América Latina, o Gartner estima que o mercado de BPO já atinja 6,5 bilhões de dólares, ou 4,0% deste segmento de mercado global, devendo crescer de forma mais acelerada e alcançar 13,6 bilhões de dólares em 2011, ou 5,8% do total mundial.

A receita bruta da Totvs, que controla a Microsig, Logocenter, RM Sistemas, Totvs BMI e Totvs Infra, chegou a 489,503 milhões de reais, com lucro líquido de 37,233 milhões de reais em 2007, resultado 237% superior ao obtido em 2006. Com uma base de 16 mil clientes ativos, a empresa informa que foram recordes também em 2007 as receitas com taxas de licenciamento.

"O mercado está altamente consumidor",
MAURÍCIO PRADO,
DA MICROSOFT

"O BPO é uma realidade que as empresas de software precisam absorver",
PAULO CAPUTO,
DA DATASUL

mercado

de serviços e de manutenção.

Os bons resultados da Totvs, aliás, convergem com a análise do ARC Group, segundo a qual as empresas de ERP que tradicionalmente ainda estavam nas mãos de seus fundadores, muitos deles comandando diretamente as decisões, estão com os dias contados. "A SAP é a única empresa na Europa com este perfil", sentencia Simon Bragg, diretor de pesquisas do ARC responsável pela região. Uma estratégia comum, segundo o instituto, é a aquisição de múltiplos ERPs, com foco principalmente nas receitas com os serviços de manutenção, e de aplicações líderes em seus segmentos.

Seguindo este raciocínio, a Infor – que incorporou a Baan e fez da SSA a sua mais recente aquisição de grande porte – completa seu quinto ano de vida com uma base de 70 mil clientes globais. Celso Tomé Rosa, vice-presidente de vendas da empresa no Brasil, defende o processo de consolidação do mercado de ERP e diz que ele "ainda vai continuar". Um fato também reconhecido e aplicado pelas empresas locais que, a exemplo da Datasul – mais voraz nesta estratégia – vêm adquirindo ou ao menos têm planos de incorporar negócios menores, com o objetivo de complementar o leque de produtos.

Encaixando-se como uma luva neste perfil, a Benner Sistemas briga para se manter entre as quatro maiores do mercado nacional. Seu objetivo para 2008, após registrar crescimento de 29,29% e receita de 45 milhões de reais, é a consolidação dos negócios, "não com um número grande de clientes, mas em qualidade", como define Severino Benner, diretor comercial da empresa.

O avanço dos negócios também depende do crescimento da empresa no segmento PME. Este ano, será lançado um produto com os principais módulos do sistema pré-configurados, para agilizar a implantação. O alvo são empresas com até 10 usuários. "É um ERP light, afirma Benner. Para a outra ponta, a dos grandes usuários, a Benner planeja incorporar vários negócios que complementem a sua solução. Hoje está nas áreas de Saúde, Logística (para grandes transportadoras), Turismo (agências e grandes empresas), Indústria, Comércio e Serviço (produto com



versões para cada um dos segmentos).

Nelson Castello Branco, diretor de marketing e alianças estratégicas do grupo Linx, conta que a divisão de ERP da empresa se especializou na vertical Varejo (vestuário, calçados e acessórios em geral). "O mercado tem as grandes empresas nacionais e multinacionais. A especialização é uma maneira de ter mais capilaridade, atingir a um público-alvo e adaptar o software às necessidades de um determinado perfil de cliente", defende.

Potencial alvo de grandes empresas, pela sua especialização em um segmento importante para a economia brasileira, Castello Branco nega ter recebido proposta formal de compra da Linx Sistemas, maior divisão do Grupo Linx, que também tem negócios de logística, telecom e outsourcing. Ele reconhece que hoje os grandes estão querendo empresas como Linx, que são líderes nos seus mercados verticais. O que a Linx realmente almeja é identificar empresas menores, com igual perfil, e que ambicionam ganhar projeção nacional. "É lógico que deve haver empresas menores especializadas em joalherias, que podem ser objeto do desenho da Linx", diz, ao revelar que, nos planos para 2008, está a ampliação dos canais de comercialização, dos 15 atuais para 20, principalmente no interior de São Paulo; e a abertura de outras verticais dentro do varejo como forma de adquirir novos clientes.

A fornecedora de sistemas para a Ellus, Daslu, Luigi Bertolli, Hering (usa linx no PDV), entre outros, pretende incorporar, este ano, uma ou duas empresas de soluções complementares, com faturamento de 5 a 10 milhões de reais, market share regional, know-how no segmento e carteira de cliente e que queiram buscar um crescimento.

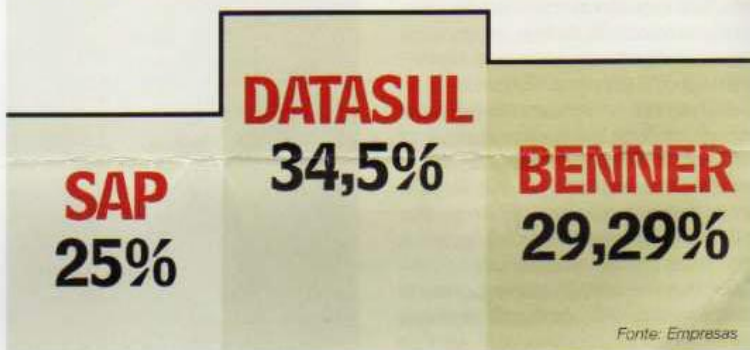
* com colaboração de Genilson Cezar

"A especialização é uma maneira de ter mais capilaridade, atingir a um público-alvo e adaptar o software às necessidades de um determinado perfil de cliente",

NELSON CASTELLO BRANCO, DO GRUPO LINX

MUNDIALMENTE, A SOMA DO ERP COM OS DEMAIS APLICATIVOS EMPRESARIAIS RESULTARÁ EM UM MERCADO ESTIMADO EM 43 BILHÕES, EM 2011

Em média, os fornecedores declaram crescimento de aproximadamente 30% do mercado brasileiro:



Fonte: Empresas