CLÁUDIO FERREIRA

A prática da evolução

Uma nova onda de projetos de outsourcing, focados em gerenciamento de TI, mira não apenas a redução dos gastos, mas uma maior agilidade, incremento tecnológico e contratos mais longos. Isto"explica o crescimento do setor, até mesmo na área de segurança

Em 2005, de acordo com o IDC, algo como R$ 2 bilhões foram gastos em outsourcing de TI, número que deve crescer entre 10% e 15% este ano. A maior fatia do bolo está na área de serviços gerenciados, uma modalidade que se difere no objetivo dos projetos por parte dos clientes, quando comparada com a tônica de 2003 e de 2004: o custo. Ele ainda é muito relevante, porém outros fatores fazem parte da nova premissa de terceirização de gerenciamento.

"Estamos em uma segunda onda de terceirização. A atividade está consolidada, ninguém dúvida da sua aplicação em TI, e os objetivos estão mais maduros. Existe uma clara evolução. As empresas olham os custos, porém querem uma resposta com um melhor nível dos fornecedores, visando a transformação, evolução e ganho de agilidade compatíveis aos objetivos de negócios", garante Luis Sena, gerente de marketing para programas de outsourcing da HP Brasil. O foco agora é um melhor alinhamento da tecnologia com os negócios de forma global.

"Estamos em uma segunda onda de terceirização. A atividade está consolidada, ninguém dúvida da sua aplicação em TI, e os objetivos estão se tornando mais maduros. Existe uma clara evolução"

LUIS SENA, DA HP BRASIL

É claro que os custos fazem parte dessa equação, no sentido de otimizar o investimento com a melhoria de serviços. Afinal, as corporações querem e exigem dos provedores que eles façam mais com menos valores envolvidos. A concorrência, aliás, mostra que os clientes têm múltiplas possibilidades no mercado atual. "O amadurecimento do mercado passa pela oferta sem fronteiras, quem quiser pode fazer operações de terceirização com qualquer lugar do mundo", aponta Marcelo Mendes, diretor comercial da vertical de serviços da Tiívit, empresa que tem planos de ser uma multinacional de serviços de TI.

Como um efeito colateral, *os* clientes descobriram ainda que é mais interessante exigir do terceirizador um SLA (sigla em inglês para contrato de nível de serviço) compatível com a necessidade real que buscar níveis exagerados e caros para aquilo que se pretende. Buscar um SLA com uma profusão de "noves" e colocar em contrato que a aplicação não pode sair do ar nem 15 minutos ao ano, pode não ser verdadeiramente necessário em alguns casos, o que envolve inclusive gastos sem sentido.

A evolução fez até mesmo com que o tema de segurança, um tabu até pouco tempo, quando se falava em terceirização, tenha evoluído rapidamente (veja mais no Box: Seguro morreu de velho). Sinal dos tempos. "A cultura melhorou muito, em 2003 era um mercado quase virgem. Segurança agora é um top 3 nos investimentos. O maior acesso à internet tornou o tema crítico para as empresas", garante Alexandre Marques, diretor comercial da Datacraft.

Nos últimos dois anos, as corporações perceberam que fazer a administração da segurança em casa não é uma mera questão de tecnologia, é preciso investir em equipes dedicadas e especializadas, o que na maioria das vezes não é possível.

Na hora de contratar

Para a Datacraft, a maior demanda dos clientes é na administração e controle das redes e de gestão de incidentes dentro das famílias de serviços. A divisão dentro da empresa começa na segurança de rede, que oferece o pacote básico de 24x7, com análise de logs, gerenciamento de firewall, anti-spam, IPS e filtro de conteúdo. Continua na família de hosting, na qual a segurança é tratada no ponto final, com antivírus e anti-spam, hosting IPS e criptografia. Enquanto a família de identidade traz identificação de usuários gerenciados, controle de acesso e identity management, controlando a entrada e saída dos usuários.

Já a família de vulnerabilidade, mostra com antecedência os problemas de sistemas e traz ainda o acessement, com testes, até mesmo de RFID, e que avança na segurança wireless - outro serviço com forte demanda. Terminando com a família de incidentes, que é composta por gerenciamento de eventos, disponibilizando avisos e alertas de incidentes críticos na rede e contando com uma equipe que faz a detecção, análise e responde aos incidentes. E , por fim, o serviço de risk acessement. Todos com expressivo aumento de demanda no último ano. Algo como 40% em média.

Saindo da especialização de segurança, a HP tem um volume significativo de negócios voltados ao ambiente de ERP e ainda em aplicações antifraude, de engenharia e telecomunicações. O executivo da companhia relembra ainda que está fora do seu escopo a oferta de serviços de mainframe. "Temos um portfólio bem abrangente, até porque não queremos dominar o ambiente de tecnologia, mas ajudar a transformar e gerir os cenários do cliente", assegura Sena.

Outra aplicação em alta é a gestão do ambiente dos usuários corporativos, no qual a HP fica como responsável pelo equipamento e tudo que está em volta dele, aplicações, suporte, monitoração de ambientes e ambientes de impressão.

A Tivit também se aventura por esse mercado com o lançamento do Service Office, igualmente voltado para o usuário final nas empresas, que é feito com gestão remota ou até mesmo colocando um time no local. Fruto da parceria tecnológica com a Lenovo (hardware), a Altiris, que entra com o sistema de gestão remota, e a Microsoft, com os sistemas. Mas como na HP, o carro-chefe está nos projetos de ERP, principalmente SAP, e ainda no gerenciamento de aplicações das mais variadas, de soluções voltadas para verticais, como saúde, até pacotes desenvolvidos internamente.

O perfil do cliente também evolui das grandes empresas para companhias de porte médio dos mais diferentes perfis. Na Tivit, principalmente as soluções específicas de projetos de e-commerce têm entre seus clientes empresas de porte médio. Uma evolução que se nota em todos os provedores. "Nosso cliente ainda é a grande empresa, mas estamos aumentando a presença nas médias. A premissa é solucionar problemas em ambientes complexos", garante Sena, da HP. A mais forte vertical de negócios é manufatura e, claro, finanças - dividida em bancos e operadoras de cartão -, e as áreas de construção civil e telecom. Com as modalidades de impressão, outra solução forte para a empresa, abarcando todas as áreas.

Na seara de segurança, empresas de serviço, grandes supermercados, indústria química e indústrias de médio e grande porte são predominantes na carteira de clientes da Datacraft. "Independente do tamanho, as companhias multinacionais, que assimilaram a cultura mais rápido, são predominantes, mas temos muitas empresas locais", garante Marques. As brasileiras, aliás, trazem um ambiente mais cru.

Quem oferece o quê?

Se o cliente está mais propenso e maduro quanto à terceirização, o provedor precisa evoluir também, certo? "Depende do serviço. Help-desk, por exemplo, não exige grande sofisticação de quem faz, ao contrário de ERP. Mas a oferta de uma forma global se sofisticou", garante Sena, da HP. A empresa oferece desde a gestão de contratos de suporte de componentes até gerenciamento de aplicativos, atuando também como um integrador de ambientes. Assim, o cliente tem um único ponto de contato. "Quando o cliente quer fazer multisourcing, ele pode nos usar em várias especializações ou ainda nos contratar para gerenciar essa integração. Somos totalmente integrados em processos e ferramentas, o que não elimina que o cliente tenha a sua estratégia", finaliza Sena.

Para o executivo da HP, o cliente exige ainda mais que o fornecedor tenha metodologias e métricas modernas e eficientes. "Trabalhamos em consonância com o modelo ITIL, que traz as boas práticas de gestão de tecnologia, e voltados para governança de TI. Isso permite uma evolução contínua, dentro de processos que usamos inclusive internamente", garante Sena.

O modelo de gestão passa inclusive pelas pessoas do cliente. A HP disponibiliza um gerente de RH especializado para, inclusive, saber se os profissionais vão ser incorporados à estrutura do provedor, com 90% de aceite na incorporação das pessoas e 92% de continuidade depois de dois anos. E possui ainda um modelo de gestão de transição, também com um profissional dedicado, que pensa junto com o cliente como o processo será feito, a forma de comunicação e o melhor relacionamento.

"A cultura melhorou muito, em 2003 era um mercado quase virgem. Segurança agora é um top 3 nos investimentos. O maior acesso à Internet tornou o tema crítico para as empresas"

ALEXANDRE MARQUES, DA DATACRAFT

AL GASTOU US$ 35 MILHÕES EM 2005 COM SERVIÇOS DE SEGURANÇA. ATÉ 2011 A CIFRA CHEGARÁ A US$ 272 MILHÕES

Fonte: Frost & Sullivan

O diferencial da Tivit passa pela meta de se tornar uma multinacional brasileira e dobrar o seu faturamento atual, de R$ 300 milhões, até 2010. "Contratamos uma consultoria que está analisando a abordagem e alguns nichos de atuação para entrarmos no mercado norte-americano, o que pode passar pela aquisição de empresas. A Votorantim Novos Negócios, outra empresa do nosso grupo, participa conosco do processo e deve entrar com o capital. Acho que vamos deslanchar isso no segundo semestre de 2007", aposta Mendes.

Já são feitos atendimentos offshore esporádicos, como a John Deerre, empresa de maquinário agrícola, a Rhodia e a Verizon. E Mendes se apressa em dizer que apenas 10% do Grupo Votorantim, atualmente, trabalha com a companhia, um percentual que deve evoluir, apesar da não obrigatoriedade de transferência de serviços.

Entre os clientes locais estão a Embratel, Claro, Visanet, Redecard e Citibank, entre outros de porte. Sua infra-estrutura conta com um command center dentro do data center, que atende não apenas São Paulo, como remotamente o Rio de Janeiro, para gerenciar a infra-estrutura das empresas. A companhia definiu *a* sua atuação em três segmentos: infra-estrutura, sistemas (desenvolvimento e manutenção) e e-business.

As alianças tecnológicas também são uma peça importante na oferta dos serviços. "É um grande diferencial para nós, mantemos em nosso DNA a neutralidade, não temos vínculo com nenhum detentor de hardware e software, e sempre apresentamos mais de um fornecedor para o cliente", garante Mendes.

Ele revela que a montagem da parceria para a modalidade do Service Office, por exemplo, é algo pontual, e analisa a estratégia da EDS que elegeu fornecedores preferenciais. "É claro que ela consegue descontos ao fazer essa política, mas no nosso caso temos neutralidade e garantimos mais escolha para o cliente final", completa.

Já a Datacraft tem a Cisco como grande parceiro, o que extrapola até mesmo para o lançamento de novos serviços, "Estamos trabalhando com eles no desenvolvimento de um modelo para o SMB, por meio de uma operadora local. A Cisco vende o equipamento e nós com o serviço. Devemos anunciá-lo no primeiro trimestre de 2007", assegura Cristiano Silvério, coordenador da área de segurança. Outros acordos envolvem a ISS (para IDS e IPS), Blue Code (filtro de conteúdo e proxy) e na parte de segurança de host com a McAfee.

Contratos e crescimento

As parcerias com os clientes, aliás, tendem ainda mais ao longo prazo, Algo que, em média, já envolvia 36 meses de casamento, pelo menos. Mas quando os projetos envolvem ativos, a amortização acaba tomando maior tempo, chegando aos cinco anos ou mais. "Fechamos um projeto de 12 anos recentemente, com a Fidelity, que envolve processamento de cartões para Bradesco, AmEx e Banco. Ele envolve ativos pesados, era feito em mainframe, e os bancos terceirizam com a Fidelity que repassou a aplicação para nós, somos parceiros no processamento. Os mainframes ficam conosco. O que reflete o contrato que eles fizeram com as instituições", revela Mendes, da Tivit.

Para a HP, a duração dos contratos varia ainda de acordo com a experiência do cliente. Por ser uma decisão estratégica, muda a maneira como a empresa vai trabalhar, muda tudo, não apenas TI, mas quem se comunica e pede serviços da área de tecnologia. "Eles querem uma relação mais duradoura com resultados. O cliente tem o ciclo dele. Em hardware os projetos duram três anos, porque é o tempo de troca do parque", aponta Sena.

Essa visão ampliada do setor aponta para um crescimento da ordem de 20% em outsourcing em 2007, números do IDC, algo considerado factível pelos executivos dos provedores. "Crescemos nessa faixa nos últimos anos, mas se fala em 12% para o setor em 2007, e nossa previsão é que vamos atingir algo entre 30% ou 35%. A perspectiva é muito boa", garante Mendes, da Tivit, empresa que pretende atingir os R$ 600 milhões em 2010.

Já a Datacraft é ainda mais otimista, planeja algo como 30%, com os serviços de segurança chegando a 40%. Para 2007, os serviços como um todo passarão a ser de US$ 1,5 milhão, com 40% deles decorrentes de serviços gerenciados. "Temos garantia desse número a partir de um contrato feito com a Telefônica Empresas", completa Silvério.

SEGURO MORREU DE VELHO

O mercado latino-americano gastou US$ 35,5 milhões em 2005 com serviços de segurança, de acordo com pesquisa da Frost & Sullivan, e até 2011 esse mercado vai atingir a soma de US$ 272 milhões. O Brasil responde por algo como 40% de todo o bolo. De acordo com o estudo, a complexidade das redes e o aumento dos ataques virtuais incrementou a necessidade de adoção de ferramentas e recursos técnicos e pessoais, assim como fez com que a oferta de serviços gerenciados de segurança (Managed Security Services - MSS) crescesse de forma expressiva.

A terceirização de serviços de segurança ganha adeptos ainda ao oferecer vantagens como a redução direta nos custos de mão-de-obra e diminuição no investimento em equipamentos para proteção, assim como prescinde de investimentos em treinamento. E, para a Frost, o maior consumidor é o setor financeiro, empurrado pelas necessidades de conformidades decorrentes da Sarbanes-Oxley e da Basiléia II. As aplicações de maior demanda se concentram em firewall, IDS e IPS. Porém nos próximos anos crescerão os serviços mais complexos de autenticação e avaliação de redes.

Fonte: TI Inside, ano 2, n. 19, p. 30-32, nov. 2006.