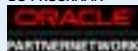


Estratégia de desenvolvimento da Hewlett-Packard é **FOCO NO PARCEIRO**

PARTNERS

ECOSYSTEM

ESTA É UMA REVISTA
DO PROGRAMA



ANO 1 | Nº 2 JULHO | AGOSTO | SETEMBRO

A VEZ DO SOA
ARQUITETURA ORIENTADA
A SERVIÇOS desponta
como alternativa para agilizar
processos e integrar aplicações

BI AVANÇADO
As vantagens da **UNIÃO DO**
BUSINESS INTELLIGENCE
COM O ERP. A tendência
promete transformar
dados em inteligência

Nirio Metzka, diretor de
Tecnologia da Informação
do Banco Sicredi

EXCELÊNCIA EM TECNOLOGIA

SICREDI usa TI como geradora de negócios
e oportunidades e potencializa crescimento



A UniOne tem a tecnologia que orienta sua empresa

Parceiro Oracle Full Solution: Tecnologia, PeopleSoft, Oracle E-business Suíte, JD Edwards e Siebel



12 anos de experiência em: Projetos, Consultoria, Desenvolvimento, Treinamento, Manutenção e Outsourcing.



UM UNIVERSO DE POSSIBILIDADES

UniOne Consulting | Tel.: (11) 2176-4700 | www.unione.com.br

A solução de TI que você procura está em nossas mãos

A Service IT Solutions é uma empresa de consultoria e prestação de serviços em infra-estrutura de TI que atua no Brasil e na Argentina há mais de 10 anos. Nosso investimento em qualificação profissional nos capacita a levar soluções de banco de dados, virtualização, consolidação de servidores e de storage, gestão e administração de TI, backup, alta disponibilidade e outsourcing.

Estamos entre os principais Business Partners da Oracle, IBM e VMware na América Latina e possuímos estrutura para atender todo este mercado, com escritórios em Porto Alegre, São Paulo, Curitiba, Brasília e Buenos Aires. A Service IT Solutions aposta no compromisso com os clientes, nos relacionamentos construídos pela pro-atividade e pelo profissionalismo.

Service IT Solutions, as melhores soluções traduzidas em serviços.



SERVICE
IT SOLUTIONS

www.service.com.br

São Paulo - SP
+55 11 3054-1400

Porto Alegre - RS
+55 51 3314-6000

Curitiba - PR
+55 41 3363-5586

Brasília - DF
+55 61 3037-7752

Buenos Aires - Argentina
+54 11 5277-3555



Integração de sucesso

Na edição passada, **Partners Ecosystem** apresentava-se para o ecossistema da Oracle e assumia o compromisso de manter atualizados os integrantes dessa cadeia produtiva sobre as melhores práticas adotadas e as tendências em TI. Três meses depois, é possível afirmar que esse veículo se consolidou como um forte canal para clientes, fornecedores, corporações e parceiros e agora é parte integrante desse time empreendedor.

Neste segundo número, todo o material gerado já é fruto da integração e da interatividade com essa rede de negócios. O retorno sobre a qualidade das informações e as sugestões recebidas edificaram o editorial, formando um conteúdo valioso e alinhado às expectativas dos leitores. Desta vez, o tema central recaiu sobre a vertical mais cobiçada do mercado, a de Finanças, com o case de sucesso do Sistema de Crédito Cooperativo – Sicredi.

Um conglomerado formado por 132 cooperativas de crédito, que opera em 948 pontos de atendimento no Brasil e contabiliza, desde 2003, média aproximada de 40% de crescimento. Este resultado, que insiste em se repetir, tem como base a Tecnologia da Informação, considerada hoje uma geradora de oportunidades e de negócios, não mais um centro de custos. Uma visão ousada, que combina estratégia com tecnologia.

Inserido em um mercado de concorrência acirrada e que exige tomadas de decisão cada vez mais rápidas e precisas, o Sicredi escolheu as soluções Oracle para balizarem o projeto de centralização de banco de dados e sustentar a expansão vertiginosa da companhia. Toda a robustez e a capacidade de clusterização da tecnologia puderam atender à movimentação das informações de mais de 1 milhão de associados e mais de 8 mil colaboradores.

Ainda nesta edição, além de outras reportagens instigantes, como a da emergente Arquitetura Orientada a Serviços (SOA), que desponta como uma alternativa para agilizar processos, o leitor terá a oportunidade de conhecer lugares exóticos que estão servindo de palco para eventos corporativos. Um dos mais quentes é um hotel construído com 10 mil toneladas de gelo e 30 mil de neve, que exhibe o seguinte slogan: “Visite-nos antes que derreta”. Boa leitura!

Solange Calvo



DIREÇÃO EDITORIAL
Graça Sermoud

DIREÇÃO DE PROJETOS ESPECIAIS
Solange Calvo

CONSELHO EDITORIAL
Cristiane Viana dos Santos
Sandra Vaz
Tânia Magalhães

REDAÇÃO

EDITORA
Estela Silva

REPÓRTERES
Camilla Cremácio
Fabiana Lopes
Roberta Gonçalves
Vinícius Cherobino

PROJETO GRÁFICO E EDIÇÃO DE ARTE
Rodolpho Vasconcellos Netto

ASSISTENTE DE ARTE
Clarice Fukunari

FOTOGRAFIA
Arnaldo Pereira
Izilda França

MARKETING
Sérgio Sermoud
ssermoud@conteudoeditorial.com.br

COMERCIAL
Érica Rangel
erangel@conteudoeditorial.com.br

CONTEÚDO EDITORIAL
REDAÇÃO E PUBLICIDADE
Al. dos Maracatins, 992
Moema – 04089-001
Tel.: (11)5049-0202

IMPRESSÃO
Gráfica Ipsis

PARTNERS ECOSYSTEM
Com tiragem de 10 mil exemplares, é a revista do programa Oracle PartnerNetwork, distribuída para clientes e parceiros da Oracle Brasil em todo o País



No banco Sicredi, a TI é fundamental para o crescimento

OVERVIEW

08 TECNOLOGIA
A EVOLUÇÃO DO AMBIENTE DE TI
SOA é nova alternativa para agilizar processos corporativos e integrar aplicações

14 APLICATIVO
O BI NO SÉCULO XXI
A grande tendência é a união de Business Intelligence e ERP para tornar os dados inteligentes

20 CANAL
FOCO NO PARCEIRO
Diretor de Marketing da HP Brasil fala sobre a importância da estratégia de parcerias

22 SEGMENTAÇÃO
ESPECIALIZAÇÃO EM ALTA
A atual demanda exige fornecedores qualificados por verticais de mercado

ACTION

28 CAPA
TECNOLOGIA POTENCIALIZA CRESCIMENTO
Sicredi elege tecnologia Oracle para atualizar ambiente de TI e sustentar a expansão dos negócios

34 CASE
NO CONTROLE DAS ESTRADAS
Tecnologia Oracle garante agilidade, administração eficiente e integridade de dados na EcoRodovias

36 CASE
REFERÊNCIA EM PRODUTIVIDADE
Tupy Fundições aprimora processos e reduz custos com o Oracle Collaboration Suite

38 CASE
EXPERIÊNCIA PRÓPRIA
DBA usa produtos Oracle para melhor administrar seu negócio e torna-se exemplo para clientes

40 CASE
MAIS ACESSO À EDUCAÇÃO
Novo sistema de matrículas baseado em Oracle agiliza ingresso nas escolas de Salvador

SEÇÕES

06 CURTAS
Notícias selecionadas do mercado de TI

24 OPINIÃO
• Gente: o maior capital
• Dez anos na gestão

42 NOTAS
Notícias da Oracle

44 VITRINE
Os principais eventos dos parceiros Oracle

FOCUS

45 FUSION
O MELHOR DE VÁRIOS MUNDOS
Oracle está integrando as melhores funcionalidades de todos os aplicativos em uma única plataforma

46 REVENDAS
QUEM É O CLIENTE?
Na disputa pelo consumidor, as empresas estão buscando diferencial na especialização

50 CRM
ESTRUTURA REFORÇADA
A aquisição da Siebel leva a Oracle rumo ao topo do mercado de aplicativos

52 ENTREVISTA
O FUTURO É O CANAL
Vice-presidente mundial de Alianças e Canais da Oracle fala dos seus desafios e do ecossistema dos parceiros

STYLE

54 NEGÓCIOS
EVENTOS CORPORATIVOS
Lugares exóticos estão atraindo executivos para estreitar relacionamento e expandir negócios

56 TALENTOS
DOSE DUPLA
Profissionais bem-sucedidos em suas carreiras se lançam com sucesso em atividades diferentes



O DOMÍNIO DA INTERNET

Pesquisa realizada pela Center for Media Design da Ball State University mostrou que a Web é a mídia preferida no ambiente de trabalho. O resultado foi baseado no acompanhamento de 350 pessoas, 13 horas por dia, nos Estados Unidos. Os números revelam que a Internet domina o alcance no meio corporativo, com 54,6%, enquanto a televisão registra 21,1%.

Os números foram divulgados pela Online Publishers Association (OPA) e afirmam também que 17% das outras mídias são consumidas via Internet. O estudo fez ainda um raio-x dos hábitos de consumo das pessoas. Os internautas gastam em média no varejo US\$ 26,4 mil, enquanto os que assistem a TV gastam US\$ 21,5 mil. No entanto, 8% da publicidade vai para a Internet.

GOVERNO AMPLIA EM 14% ORÇAMENTO PARA TECNOLOGIA

A queda do dólar impulsiona os investimentos em TI também no setor governamental. Uma pesquisa feita pela IDC aponta que neste ano o orçamento destinado às tecnologias deve crescer 14%, o que significa um montante de R\$ 4,9 bilhões.

Na avaliação da Brazil IT Investment Trends: Government 2006, a tendência é que os investimentos sejam direcionados, principalmente, para a criação de portais de prestação de contas, após a onda de corrupção que invadiu Brasília neste ano. Além disso, a aposta está também nos portais com serviços

de pagamentos, pedidos de certidão e cartórios virtuais.

Ferramentas de segurança, VoIP, portais de acesso para o cidadão, renovação da infra-estrutura e padronização dos servidores receberão grande parte do aporte de capital. O estudo entrevistou 112 organizações no final de 2005 com o objetivo de posicionar e entender os investimentos do setor governamental.

Em 2005, o governo ficou em terceiro lugar entre os setores que mais investem em TI, com gasto de R\$ 4,3 bilhões. Aproximadamente 60% foram provenientes do governo federal.

BANCOS INVESTEM R\$ 4,6 BI EM TI

Os investimentos em TI realizados pelos bancos continuam altos e em 2005 chegaram a R\$ 4,6 bilhões, porém o aporte, que considera investimentos e despesas, totalizou R\$ 12,9 bilhões. Na liderança das aquisições, estão serviços Unix e Linux, estações de trabalho e notebooks e sistemas de armazenamento. Por outro lado, houve redução de

13% no que se refere à base instalada de servidores Windows.

O número de terminais de auto-atendimento em operação subiu 5,76%, chegando a 149.736 unidades. A Febraban divulgou também que os serviços terceirizados pelos bancos são impressão, processamento de cartões e desenvolvimento de sistemas.

STEFANINI EXPANDE NEGÓCIOS NA EUROPA

Com a expectativa de aumentar em cerca de 50% o faturamento na Europa, a Stefanini abriu o seu quarto escritório na região. A empresa já atua no continente, com escritórios na Espanha, Portugal e Itália e escolheu Londres, considerada o centro financeiro Europeu, para sediar o novo negócio.

A Stefanini foi a primeira consultoria nacional a se instalar no continente e a

expansão de seus negócios internacionais já atinge 18% do faturamento e a expectativa é que em 2006 o percentual seja de 20%.

A consultoria colocou no comando das operações o executivo Jaime Vinícius Barros, que ficará baseado em Madri.



© 2

Compre banco de dados com quem mais entende de ORACLE

em até
05 x SEM JUROS

ORACLE CERTIFIED
PARTNER

- Consultoria em Banco de Dados Oracle
- Monitoramento Remoto de Banco de Dados
- Tuning de Banco
- Instalação e configuração de Banco de Dados
- Venda de toda linha de produtos ORACLE



Ligue agora:

(11) 5084-9910

WWW.INTERCOMMERCE.COM.BR



A evolução do ambiente de TI

SOA desponta como uma alternativa para agilizar processos corporativos, integrar aplicações e deixar as empresas preparadas para qualquer mudança no mundo dos negócios

Em meio ao surgimento de tendências súbitas e revolucionárias, o SOA (Service Oriented Architecture – Arquitetura Orientada a Serviços) consolida-se com inúmeros diferenciais e hoje é um conceito tratado como prioridade por grandes institutos de pesquisa e consultorias. Primeiro, porque conta com o apoio e as soluções dos maiores fornecedores de TI, com destaque para a Oracle. Além disso, reúne alguns outros conceitos abordados anteriormente, como Web Services, Grid Computing e BPM (Business Process Management).

Mas, como podemos definir SOA? Resumidamente, é um conceito de desenvolvimento orientado a serviços. Isso significa, na prática, que a infra-estrutura de tecnologia começa a ser pensada para que todas as aplicações se entendam, para criar serviços com flexibilidade suficiente para serem reutilizados entre os sistemas. Assim, com o SOA, é possível acessar apenas uma parte dos serviços existentes, sem a necessidade de utilizar o processo completo.

O SOA elimina, definitivamente, o problema da TI não acompanhar os negócios por não ter capacidade de tratar um processo como um todo. Com ele, a estrutura anterior fica para trás, com os muitos sistemas distintos cuidando de pequenos passos do processo e sendo redundantes entre si,

além de exigir uma base de dados para cada um, dando lugar a maior inteligência e a otimização do ambiente de Tecnologia da Informação.

As vantagens não páram por aqui. Ao utilizar os serviços existentes numa estrutura corporativa, a organização ganha mais agilidade no seu dia-a-dia. Qualquer mudança no ambiente de negócios, de um lançamento de produto concorrente a uma fusão entre companhias, tem resposta mais rápida. Com SOA, os processos podem ser alterados rapidamente já que os serviços são disponibilizados pelos aplicativos e sistemas, tanto os adquiridos no mercado quanto aqueles desenvolvidos internamente, para serem utilizados por qualquer novo sistema ou processo que os necessite, evitando a redundância.

Com a consolidação da cultura de SOA, é possível otimizar o orçamento disponível para TI. A atual “torre de Babel” – com inúmeros fornecedores compondo a mesma infra-estrutura e tendo de compartilhar informações em padrões distintos – é substituída por um ambiente mais transparente e interoperável, mesmo com soluções de diversos fabricantes. Isso faz cair os custos relacionados à manutenção dos sistemas e às aplicações para integração, abrindo espaço para a aquisição de novas soluções ou tecnologias.

Além disso, a equipe de TI vai ter tempo



disponível para se dedicar a tarefas mais estratégicas do que apenas manter a estrutura funcionando, ganhando produtividade. Outro grande dilema, o retorno sobre o investimento, fica bem mais fácil de ser medido graças à estrutura mais transparente.

“É a melhor forma de a Tecnologia da Informação sustentar as necessidades de negócios”, resume Frank Kenney, analista de pesquisa do Gartner. Para ele, a diferença está no objetivo inicial do desenvolvimento de soluções. “No início da operação da TI, o desafio era fazer as aplicações funcionarem. Não havia nenhuma preocupação com a infra-estrutura”, aponta. “As novas exigências de negócios demandaram uma mudança de paradigma para TI. É necessária uma nova visão para tecnologia e o SOA é o melhor caminho”, afirma o especialista.

Silvio Passos, diretor de soluções da Stefanini, divide a mesma opinião. Para ele, a alteração drástica pela qual passa o mundo dos negócios não tem encontrado o respaldo que

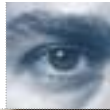
Passos, da Stefanini:
as empresas precisam
mudar rapidamente

ORACLE E SOA

Segundo a Oracle, a definição de Arquitetura Orientada a Serviços resume-se a um facilitador do desenvolvimento de aplicações corporativas como serviços de negócios modulares que podem ser integrados e reutilizados facilmente, criando uma infra-estrutura de tecnologia realmente flexível e adaptável.

“SOA é uma realidade. Temos inúmeros clientes com suas aplicações em missão crítica, responsáveis por milhões de dólares, rodando sob a visão do conceito”, afirma Omar Tazi, Chief Open Source Evangelist, Middleware and Tools da Oracle Corporation. Ele cita, como exemplo, a BelgaCom, companhia de telecomunicações que roda centenas de processos em SOA. Para Tazi, os benefícios da Arquitetura Orientada a Serviços são os maiores argumentos de vendas para o convencimento dos clientes. Ele ainda lembra que a concorrência global não permite mais que a empresa demore três meses para lançar uma nova funcionalidade. “Uma organização com SOA tem a agilidade necessária para isso. A Oracle tem o melhor portfólio no segmento, não só pelas nossas ferramentas, mas também pela política de aquisições. Nosso escopo de atuação no mercado é único.”

Mais informações em www.oracle.com/soa



Butuem, da Oracle:
os serviços
conversam entre si



deveria em tecnologia. “As empresas precisam mudar rapidamente para se adequar às exigências da concorrência global, como o uso da internet nas práticas de negócios e, não há como discutir, a tecnologia não dá resposta”, acredita.

Para ele, o ambiente atual de TI é complexo demais, nem sempre interage entre si e é difícil reaproveitar os esforços. Passos ainda aponta que as necessidades iniciais de desenvolvimento acabaram subvertendo o objetivo da Tecnologia da Informação. “Grande parte das obrigações dos gestores de TI está relacionada em manter o ambiente antigo funcionando”. E completa: “Mais do que o tempo, os recursos do setor são destinados para manutenção. O espaço para inovação fica muito pequeno”.

Já Márcio Butuem, gerente sênior de consultoria de vendas da Oracle, destaca que a Arquitetura Orientada a Serviços não tem um caráter revolucionário. “Não se trata de transformar todo o ambiente da corporação, eliminando o legado. SOA provê uma visão de evolução, aproveitando as experiências e os problemas da Orientação a Objeto e aos componentes, na qual os serviços conversam entre si sem importar qual tecnologia está por trás, e não possui a complexidade absurda das formas anteriores”, destaca.

SOA não tem caráter revolucionário mas provê uma **visão de evolução**

COMO DAR CERTO?

Benoit Lheureux, diretor de pesquisa do Gartner e especialista em SOA, na “V Conferência Anual de Integração Empresarial”, apontou os passos para uma implementação bem-sucedida de Service-Oriented Architecture. Confira:

1) INTRODUÇÃO - “É preciso definir um projeto piloto. A implementação segmentada reduz os investimentos e permite mostrar as melhorias da iniciativa para a alta direção sem ter de enfrentar o risco de colocar SOA na empresa inteira”.

2) DISSEMINAÇÃO - “Concluída a primeira fase, o desafio é espalhar esse conceito para outras áreas, aumentando o escopo de atuação e as pessoas envolvidas”.

3) EXPLORAÇÃO DOS RESULTADOS - “Qualquer projeto precisa de resultados num prazo razoável. Ao documentar os benefícios resultantes da implementação, a adoção é facilitada e a cultura é adotada pela empresa”.

4) PLATÔ - “Foi atingido o estado da arte sobre o tema, em que o conceito pode ser conferido em sua plenitude e aproveitado na organização. Se o gestor pular etapas, o fracasso está garantido”.

“Hoje, a maioria das empresas está entre a Introdução e a Disseminação do conceito. Assim, independentemente do país em que a companhia se encontra, ninguém está distante demais em SOA”, completa Benoit Lheureux.





Mastersaf **nf-e** A solução em Nota Fiscal Eletrônica.

A nova determinação da Receita Federal, em conjunto com as Secretarias de Fazenda, cria mais uma obrigatoriedade para as empresas: a emissão eletrônica de documentos fiscais. Para se adaptar às novas exigências, sua empresa precisa de uma solução eficiente, com interface simples e que se integre facilmente aos sistemas já existentes.

Para isso a Mastersaf, líder em Solução Fiscal e Tributária, desenvolveu o **Mastersafnf-e**, a melhor solução para o processo de controle e emissão de documentos fiscais eletrônicos.



www.mastersaf.com.br

SÃO PAULO

Av. Dr. Cardoso de Melo, 1855 - 13º andar - CEP 04548-005 - São Paulo - SP
Tel.: (55 11) 3704.5166 - Fax (55 11) 3704.5182

RIO DE JANEIRO

Av. Rio Branco, 12 - 13º andar - Centro - CEP 20009-000
Tel.: (55 21) 2223.9300 - Fax (55 21) 2516.0393



Jess Thompson, diretor de pesquisa do Gartner, reforça esse conceito. Ele ressalta que o distanciamento entre TI e negócios aumentou com o passar do tempo. Segundo ele, recente pesquisa do Gartner, com CIOs do mundo inteiro, apontou a agilidade como a maior preocupação, o que comprova como a TI está sendo associada a um entrave aos negócios. Por meio da Arquitetura Orientada a Serviços, os objetivos da companhia podem ganhar a resposta rápida de que precisam.

Passos, da Stefanini, classifica as melhorias da implementação do SOA de duas formas. “Primeiro, o ‘time to market’ é reduzido. Os novos modelos de vendas, lançamento de novas linhas de serviços e maneiras para se reajustar aos negócios são muito mais rápidos. Segundo, a área de TI deixa de parecer apenas uma gastadora. Com o SOA, os gestores de tecnologia podem voltar seu foco à inovação”, avalia.

ACEITAÇÃO DO MERCADO

Por mais que os benefícios justifiquem a ascensão do SOA provocada pelos consultores e especialistas em TI, ainda existe alguma descrença por parte dos usuários. Independentemente das melhorias possíveis dessa nova abordagem, não são todos os homens de negócios que estão dispostos a mexer em seus sistemas legados.

Very Seccatto Júnior, consultor da Telway, empresa especializada em gerenciamento de projetos e consultoria em TI, acredita que os clientes estão receosos. Para ele, a Arquitetura Orientada a Serviços vai demorar a atingir o mercado em geral como tem sido propagado. “A intervenção para a adoção de SOA é grande e demorada, poucos têm coragem para investir os anos e os recursos necessários”, diz. Ele acrescenta que iniciativas parecidas, como a Arquitetura Orientada ao Objeto, teve também grande adesão dos especialistas, mas não se concretizou na prática.



Peres, da IDC Brasil:
conhecimento profundo
da cultura de serviços

O País está
em estágio
inicial, por isso
**toda empresa
é cliente
potencial
de SOA**

“A tecnologia não provê o que os negócios necessitam e isso é fato. Só esse motivo já é relevante o suficiente para que a alta direção busque uma nova forma mais efetiva para gerenciamento”, discorda Jess Thompson, diretor de pesquisa do Gartner. Para o analista, a experiência de usuários reais é um grande argumento de vendas. “Casos destacados como o do Credit Suisse, que avaliamos de perto há mais de oito anos, provam o quanto a Arquitetura Orientada a Serviços pode beneficiar uma companhia”, diz.

“Desenvolver processos sem precisar se preocupar com a comunicação entre as aplicações é um ganho imenso”, argumenta Mauro Peres, diretor de pesquisa da IDC Brasil. No entanto, ressalta, a situação é extremamente delicada, pois demanda conhecimento profundo da cultura de serviços para a empresa e também o apoio dos gestores de decisão.

Ao comentar o grau de amadurecimento do Brasil em SOA, Peres afirma que o País está em estágio inicial, com muitos projetos de integração baseados em Web Services abrindo o caminho. Para ele, toda empresa é cliente potencial de SOA, pois está obrigatoriamente em um desses cenários: ou tem aplicação desenvolvida internamente sem padronização ou precisa integrar-se com a cadeia de valor. Em qualquer um desses casos, o SOA é essencial.

“Com o SOA, todos ganham. A alta direção não tem mais na TI um entrave aos negócios e os gestores de tecnologia retomam seu caminho de inovação. Eles conseguem visualizar os processos como um todo, podem evitar redundâncias e gerar valor agregado”, resume Butuem, da Oracle.

O gerente destaca, contudo, que a visão de SOA não é suficiente. Por isso, a Oracle propõe cuidar tanto da proteção, quando dos Web Services. *

DEFINIÇÕES OFICIAIS

Em março de 2006, o OASIS (www.oasis-open.org) – grupo de referência sobre Service-Oriented Architecture que conta com o patrocínio da Oracle – liberou a primeira divulgação pública com o objetivo de reduzir a diferença entre conceitos e propostas relacionados ao SOA. O documento definiu os princípios básicos do conceito, da visão de negócios até a técnica e a implementação da infra-estrutura. Acompanhe, a seguir, algumas importantes definições relacionadas ao tema:

SERVICE-ORIENTED ARCHITECTURE:

Um paradigma para organizar e utilizar capacidades distribuídas que podem estar sob o controle de diferentes domínios proprietários numa empresa. O conceito apresenta, de maneira uniforme, como oferecer, descobrir, interagir e usar capacidades para gerar os efeitos desejados, definidos conforme expectativas mensuráveis e condições prévias.

SERVICES: Meios segundo os quais as necessidades de um consumidor são atendidas pela capacidade de um fornecedor.

DIRECTORY: O Service-Oriented Architecture apóia-se na habilidade de identificar os serviços e suas capacidades. Assim, o SOA depende de um diretório que descreva os serviços disponíveis em seu domínio.

STATELESS: Não depender de nenhuma condição preexistente. Em SOA, os serviços não podem depender da condição de nenhum outro serviço. Eles possuem toda a informação necessária para fornecer uma resposta ao pedido feito. Dado o caráter stateless (sem manutenção de contexto) dos serviços em SOA, os consumidores podem seqüenciá-los em diversos fluxos para executar a aplicação da melhor forma.



O BI no Século

Em cenários de alta competição, tomar uma decisão acertada de maneira ágil é um grande diferencial que pode garantir posições de destaque no ranking do mercado. Não por acaso, as soluções de Business Intelligence (BI) ganham cada vez mais a preferência dos gestores por ser hoje ferramenta analítica de apoio fundamental às decisões empresariais, transformando dados em inteligência em tempo real.

A movimentação em torno desse segmento é tão forte que o mercado de soluções de BI tem apresentado ritmo intenso de crescimento, alcançando taxas superiores a 25% no ano passado, comparado a 2004. Hoje, o recurso gerado em torno do setor no mundo é de US\$ 3,5 bilhões e, segundo Dan Vesset, diretor de pesquisas de Analytics & Datawarehousing da IDC Corporation, marca o início de uma nova onda para esse mercado: O IPA (Intelligent Process Automation) – ao que podemos chamar de BI do século XXI.

Vesset afirma que hoje é necessário automatizar as decisões operacionais cotidianas nos processos de negócios. Ressalta ainda a importância de massificar o BI por toda a organização. “BI não significa somente ceder informações às pessoas, mas gerar apoio a qualquer decisão corporativa, de todos os departamentos e níveis hierárquicos. Pode gerar receita até mesmo usado externamente”, explica.

De acordo com os dados preliminares da pesquisa para

2006 do Gartner, as soluções de BI estão mesmo em alta e devem ocupar o primeiro lugar na lista de prioridades dos gestores de Tecnologia da Informação na América Latina. “BI será o líder em preocupação neste ano, subindo uma posição em relação ao período anterior, quando ficou em segundo lugar. O orçamento destinado à área será 4,8% maior em 2006”, destaca Waldir Arevolo, diretor de pesquisa do Gartner Research.

Mauro Peres, diretor de pesquisa da IDC Brasil, afirma que a solução torna a empresa sensível ao que está acontecendo no mercado e também dentro da companhia. “É uma espécie de radar”, completa o executivo. Além disso, o executivo diz que a riqueza de informações dos sistemas de gestão (ERP, CRM e SCM) é fator que demanda o uso de ferramentas de BI para gerenciar os resultados e cruzar as informações.

Pela extensão da importância, a consultoria prevê que até 2008 haja crescimento de 6% anualmente no mercado mundial. Na pesquisa “Tendências de Investimento em Business Intelligence & Business Performance”, realizada no início de 2005, a IDC entrevistou 148 empresas (com faturamento acima de R\$ 300 milhões), dentre as quais 38% afirmaram que já tinham ou estavam instalando o sistema, além disso, 29% disseram já ter projetos planejados. Hoje, o conceito já movimenta US\$ 3,5 bilhões no mundo.

XXI

A grande tendência é a junção de Business Intelligence com ERP e a sua massificação por toda a companhia nos processos de negócios

“Esse crescimento deve-se a um conjunto de fatores. O compliance com as legislações é um exemplo importante, principalmente com a Basileia II e a Sarbanes Oxley”, explica Peres. Ivan Paiva, gerente sênior da área de Consultoria Empresarial da Deloitte, diz que o uso do BI hoje faz parte de uma estratégia também de Governança Corporativa. “Há uma demanda por transparência e informações consistentes”, argumenta Paiva.

“Primeiro a empresa cria um planejamento estratégico, em seguida ela precisa de ferramentas para acompanhar o desenvolvimento desse projeto de modo a gerar resultados que comprovem a efetividade das ações de negócios programadas”, explica o executivo da Deloitte.

Mauro Peres diz que, além disso, o uso da ferramenta permite montar uma oferta de produtos para uma determinada faixa de cliente e criar uma personalização do atendimento. “É possível, por exemplo, ter um histórico do cliente que possa ser facilmente recuperável. Este é um ponto que está diretamente relacionado à retenção e à fidelização dos clientes”, explica.

Para o gerente executivo de Business Intelligence e CRM da Stefanini, José Leão, os números vão crescer ainda mais, visto que BI significa maior competitividade. “É a inteligência do negócio. Por meio da aplicação é possível saber o que uma empresa deve ou não colocar no mercado.”

BUSINESS INTELLIGENCE 10G

O produto elimina o atual processo das empresas que costuma reunir soluções isoladas. Suas principais funcionalidades são as seguintes:

- ORACLE DISCOVERER: faz o papel de consulta e gera relatórios e análises
- ORACLE SPREADSHEET ADD-IN: permite acesso direto ao Oracle OLAP (processamento analítico online) de planilhas MS Excel
- ORACLE WAREHOUSE BUILDER: compreende a funcionalidade de ETL (que extrai, transforma e carrega os dados)
- ORACLE BI BEANS: realiza o desenvolvimento personalizado de aplicativos de BI



A maioria das empresas busca **melhor desempenho** ao tomar decisões

Um exemplo prático dado por ele é o caso das operadoras de telecomunicações que lançam produtos constantemente e participam de grandes disputas no mercado. “Com o BI, essas empresas que possuem fortes concorrentes, podem, por exemplo, analisar todo o mercado e perceber as principais demandas. BI significa conhecer aquilo que seu concorrente não conhece”, ensina.

Porém, ele afirma que mais do que ter a solução de Business Intelligence, as companhias demandam uma participação maior dos fornecedores. Paiva acredita que eles não devem apenas se ater à venda da ferramenta de BI, mas além disso conhecer o negócio do cliente e apresentar um pré-conhecimento da indústria. “Afinal, o mercado caminha para melhores práticas do uso dessas ferramentas”, reforça, acrescentando que muitas empresas de BI estão criando parcerias para um maior conhecimento multidisciplinar e está havendo uma integração com os processos e com os dados corporativos da companhia.

INTEGRANDO SOLUÇÕES

Na avaliação de José Schettino, sócio da Accenture, o crescimento do uso de sistemas de ERP está demandando soluções de inteligência de negócios. “A primeira geração de BI era utilizada para tomada de decisão e complemento de outras ferramentas. Hoje, o uso está ligado à criação de uma plataforma de integração e a análises das tendências”, explica.

Uma pesquisa feita pela Accenture com usuários de ERP entrevistou 450 executivos, de 370 empresas em 35 países, incluindo o Brasil. Uma das questões abordou ações e investimentos para agregar valor a soluções de ERP. “O resultado mostrou que a maioria das companhias tem como prioridade buscar um melhor desempenho

da tomada de decisão, investindo na capacidade analítica e das simulações”, conta Schettino.

Entre elas, 53% colocaram como prioridade a melhora do gerenciamento das decisões, 46% apontaram como foco aprimorar o controle financeiro, 41% esperam ter transações mais apuradas e rápidas e 33% esperam baixar os custos da companhia. De acordo com Schettino, esse cenário está ligado ao aumento do uso de BI em conjunto com as outras ferramentas que agilizam os processos corporativos.

Além disso, ele compara a mudança de tendência entre a pesquisa feita em 2002 e a realizada no final de 2005. De acordo com o executivo, a intenção dos usuários da primeira pesquisa de ERP era optar por ferramentas de Datawarehouse em vez de BI. “Essa mudança de foco está ligada ao fato de que o BI tem uma capacidade analítica mais sofisticada e permite uma análise pró-ativa”.

O mesmo estudo revela ainda que as ferramentas de BI aparecem em 15% das empresas que possuem melhor performance no mercado. Porém, das que apresentam baixa performance, apenas 3% afirmaram ter soluções de BI. Schettino afirma que embora isso não signifique que a tecnologia é a solução de todos os



Leão, da Stefanini: números crescerão ainda mais



Schettino, da Accenture: uso ligado à plataforma de integração



problemas há, porém, uma forte relação entre a utilização e os resultados.

Outro ponto destacado por Schettino é o fato de o CRM e o BI estarem também cada vez mais próximos. Um total de 36% dos entrevistados apontou o CRM como prioridade, seguido de 29% que colocaram projetos específicos de BI e Datawarehouse como prioridade. Essa proximidade, de acordo com ele, é justificada pelo CRM ter muito mais eficiência quando usado em conjunto com um BI. “Antes, a prioridade das empresas era com as ferramentas ligadas à área transacional (CRM, ERP etc). Hoje, essa preocupação é executada concomitantemente à implementação de BI”, explica.

O AVANÇO DA INTELIGÊNCIA ANALÍTICA

A IDC questionou os executivos de 258 empresas dos EUA sobre o que os levaria a uma ampla adoção de BI. Entre os resultados obtidos, ter o controle dos dados e uma cultura de gestão de performance são essenciais para 25% dos participantes, 23% acreditam ser necessária uma implementação mais rápida das mudanças pedidas pelos usuários, bem como novas origens dos dados e novas visualizações, o que evidencia a importância dos sistemas de gestão.

A implementação de um BI já está em quinto lugar entre as prioridades dos investimentos em TI das grandes empresas, aponta Rossi. Uma pesquisa feita pela IDC observou o cenário de BI e BPM no Brasil. O segmento financeiro está em primeiro lugar entre os setores que investem nessas ferramentas, com 30% do total. O setor de Telecomunicações também voltou a investir nas tendências desde o início de 2005. Mas a demanda não se restringe apenas a alguns segmentos e sim ao perfil das grandes empresas.



Duran, da Oracle: as empresas precisam oferecer uma solução mais completa

Leão, da Stefanini, reforça que o BI está sendo utilizado também para integração. Nem sempre as filiais têm o mesmo tipo de software e assim o BI recolhe a informação de todos os diferentes programas e a transforma em estratégia útil para todo o grupo. “O BI consegue fazer o cruzamento de dados de sistemas que não estão integrados. Ele faz uma varredura nesses ambientes, traz a informação para uma base de dados única e em seguida faz a análise de forma a utilizar as respostas para melhoria da empresa”, completa o executivo da Stefanini.

Por outro lado, ele concorda com a máxima de que o BI também está fortalecendo os processos internos das empresas. “Ele está fazendo o que um sistema transacional poderia fazer no nível operacional e tático. Isso acontece porque ele enxerga toda a empresa”, finaliza.

NO MUNDO ORACLE

Proporcionar um ambiente de total integração, com facilidade de acesso aos dados, também é uma preocupação da Oracle. Em 2005, a empre->



Monitoramento de negócios em tempo real, sem atrasos

sa lançou um recurso de Business Intelligence para possibilitar o processamento de toda a informação transacional. O BI está inserido no Banco de Dados Oracle, uma vantagem oferecida pela desenvolvedora aos seus usuários.

Em geral, as soluções de BI trabalham movendo tudo para uma outra instância de banco de dados para posteriormente fazer a análise. “Com a Oracle é diferente. Ela tem a tecnologia para executar essa ação na mesma base de dados”, afirma Adrian Duran, diretor de consultoria de vendas de aplicativos da Oracle Brasil.

O executivo afirma que as atuais fusões e aquisições do mercado retratam essa mudança de tendência em que as empresas precisam oferecer uma solução mais completa e que esteja de acordo com os interesses dos clientes em todos os aspectos. “Assim, a Oracle tem o Fusion Applications, que já está na metade do caminho e estará pronto até 2008”, comenta Duran.

Duran explica o reflexo desse conceito para a atuação do Business Intelligence: “A solução de BI da Oracle traz vantagens para as corporações porque é capaz de realizar um monitoramento dos negócios em tempo real, sem atraso”. Isso porque o processo analítico dos dados é feito na mesma instância da base de dados, o que garante uma informação apurada e correta. Quando isso não ocorre, o dado coletado pode se tornar irrelevante se o tempo de replicação e análise for longo.

Outro benefício destacado pelo executivo é que

BI GANHA ASAS NA TAM

A Tam encontrou na ferramenta de Business Intelligence da Oracle o caminho para obter maior competitividade no mercado.

Inicialmente, a aplicação foi utilizada para agregar valor às informações do setor de vendas, de modo a facilitar o acompanhamento dos resultados e fazer uma projeção da comercialização das passagens aéreas.

Com foco na área de vendas, a Tam decidiu estender os benefícios da aplicação de BI para o setor de cargas e operações. De acordo com Denise Ciavatta Prudêncio, gerente de departamento de sistemas da companhia aérea, a intenção era ter um Datawarehouse para composição de várias visões com informações básicas para uma série de análises.

O BI, de acordo com Denise, também foi fundamental para o gerenciamento do Oracle Database 9i e possibilitou um controle inteligente do negócio. “Isso nos permite medir a efetividade das operações, das vendas e dos embarques dos passageiros, ter o resultado do volume negociado de cargas, observar o perfil do nosso cliente e ainda saber quantos estão voando e qual o destino de cada um deles”, exemplifica.

Além disso, a funcionalidade da solução Oracle também apóia a estratégia de revenue management da companhia, que está focada na otimização da receita. “É feita uma análise estatística e a projeção de melhor valor da venda. Tudo isso baseado na composição de todas as áreas, o que é importante para a tomada de decisão”, explica Denise.

com a solução Oracle, o usuário tem um TCO (Custo Total de Propriedade) mais baixo. “Quando o cliente compra uma solução de BI separada, ele geralmente precisa integrá-la com as demais soluções e interfaces e pagar um preço maior de manutenção”, explica o diretor de consultoria da Oracle. Nesse caso, quando a solução Oracle é adquirida, não existem custos adicionais de integração e o preço do BI já está embutido na licença do ERP. “A grande tendência do mercado é o BI embutido no ERP”, completa. *

Para os que DECIDEM a
Tecnologia da Informação
e Comunicação (TIC)
aplicada aos desafios
de negócios



ASSINE!!!

PARA ASSINAR DECISION REPORT, LIGUE 11-5049-0202

Para cada mês de assinatura impressa VOCÊ recebe um mês de assinatura grátis da Decision Report Digital, que amplifica, no portal www.decisionreport.com.br, o conteúdo editorial divulgado na versão impressa, além de registrar, no dia-a-dia, a informação em TIC aplicada a negócios. No melhor estilo just-in-time.



CONTEÚDO EDITORIAL



FOCO no parceiro

Estratégia de parcerias é fundamental para o desenvolvimento da HP

Um portfólio bastante variado, com soluções que vão do gerenciamento de aplicações a storage, de servidores a planos de contingência de negócios, de desktops e laptops a sistemas de imagem e impressão, além de consultoria. Este é apenas um resumo do currículo da Hewlett-Packard.

Para atender às necessidades dos clientes em tão variadas áreas, a companhia aposta em parcerias estratégicas. Por intermédio dos canais de venda – que variam em torno de 25 mil no Brasil –, a HP criou diversos programas para oferecer melhores formas de competir no mercado, além de alianças com grandes empresas que complementam suas soluções, como Oracle e Intel. Para falar sobre a relação da HP com os canais e a importância dos acordos com fornecedores de tecnologia, a Partners Ecosystem entrevistou Denoel Eller, diretor de Marketing da HP Brasil.

PARTNERS ECOSYSTEM: UMA DAS FORMAS QUE AS EMPRESAS ENCONTRAM PARA SE DEFENDER DA CONCORRÊNCIA É POR INTERMÉDIO DE PARCELIAS. O QUE ISSO SIGNIFICA PARA A HP?

Denoel Eller: Nosso modelo de parceria foi criado para fazer diferença para o cliente, para agregar valor com uma solução que resolva seu

problema de negócio.

Fechamos alianças que começam na parte de desenvolvimento dos produtos, com um trabalho conjunto nos estágios iniciais, para que o nosso cliente tenha a solução ideal para seu negócio.

PARTNERS: COMO É A RELAÇÃO COM A ORACLE? UMA PARCERIA DE LONGA DATA REPRESENTA BENEFÍCIOS PARA AMBOS?

Eller: Com certeza. A aliança entre a HP e a Oracle tem mais de 20 anos e assinamos recentemente um contrato para que continue por pelo menos mais dez anos. No caso dessa parceria, não se trata apenas de um fabricante de hardware trabalhando com o de software. É uma visão completamente diferenciada que foca exclusivamente o cliente, aposta no desenvolvimento em conjunto das soluções desde o começo e tem compromisso de inventividade. Ao desenvolver as soluções por conta própria, a empresa tem um custo muito maior. A cadeia de valor é necessária para satisfazer o cliente no que ele, de fato, precisa, com um escopo que

Eller, da HP: nossa aliança com a Oracle tem acima de tudo o compromisso com a inventividade



não é possível individualmente. Para se ter uma idéia, temos cerca de 100 mil clientes comuns no mundo inteiro. Além disso, 38% da base instalada Oracle roda em sistemas HP, enquanto 70% de HP-UX roda Oracle. A parceria está mais do que testada, o mercado confia e está acostumado com a atuação conjunta.

PARTNERS: QUAL É A VISÃO DA HP EM RELAÇÃO AO CANAL?

Eller: Os canais são pontos-chave para o negócio da HP. Temos uma longa tradição de envolvimento dos nossos parceiros de negócios. Cerca de 70% do faturamento atual da HP está vinculado aos canais de venda. Nosso programa HP Partner ONE tem benefícios e regras

claras para os parceiros, divididos em três categorias: “Platinum”, “Gold” e “Business Partner”. Conforme o interesse de investir na certificação e de como quer trabalhar com os produtos HP, o canal de vendas tem vantagens competitivas que podem destacá-lo no mercado.

PARTNERS: COMO OS CANAIS SÃO ENVOLVIDOS NAS PARCERIAS COM OUTROS FORNECEDORES TECNOLÓGICOS? QUAIS SÃO AS VANTAGENS PARA UM CANAL VENDER SOLUÇÕES HP E ORACLE?

Eller: O que motiva o cliente a buscar respostas no mercado é um problema de negócios. Se o canal tem uma solução mais completa, com certificação de vários fornecedores e é capaz de resolver problemas iniciais comuns na fase de implementação, fica na agenda do CIO cliente. Qual cliente quer ter a dor-de-cabeça de ser obrigado a gerenciar dois fornecedores? Os distribuidores e as revendas costumam dizer que desejam outras formas de competir no mercado, de subir na cadeia de valor, essa é a resposta. Além de todos esses benefícios, o parceiro ainda tem um preço mais competitivo na solução conjunta entre HP e Oracle.

PARTNERS: UM DOS EXEMPLOS MAIS COMENTADOS DE PARCERIAS ENTRE EMPRESAS DE TECNOLOGIA ACONTECERÁ COM O LANÇAMENTO DO PROCESSADOR MONTECITO, DA INTEL. COMO ISSO VAI FUNCIONAR NA PRÁTICA?

Eller: O Montecito é um novo chip da Intel que será lançado mundialmente em meados de julho e trará grandes vantagens em performance e custos para os nossos clientes. Com o lançamento do Montecito em Integrity, ao utilizar soluções Oracle, as companhias deixam claro que têm a mesma visão do futuro da Tecnologia da Informação. No cenário ideal, a infra-estrutura será percebida pelo cliente como serviço, sem ser, como em certas situações, um entrave ao valor e objetivo de negócios. ✱





Especialização em alta

A estratégia de entender de tudo está com os dias contados. A demanda atual exige profissionais especializados em cada solução

Aquisições e fusões de empresas de TI não são novidade para quem acompanha de perto esse mercado. O resultado dessa movimentação é uma avalanche de produtos de grandes fabricantes. Eles são derramados de uma hora para outra, sobre as revendas, que não conseguem acompanhar as atualizações e nem mesmo conhecer todas as funcionalidades das soluções em tempo hábil de oferecê-las com segurança aos clientes.

Na busca por novas oportunidades, e para não perder o *timing* do negócio, a saída é a especialização. As revendas entendem que somente com a qualificação dos serviços é possível conquistar o cliente e fidelizá-lo. Se no passado o profissional generalista era o mais procurado, agora o cliente confia mais na expertise acumulada em soluções, já que não é viável ao fornecedor adquirir conhecimentos aprofundados em todas as áreas de TI.

O gerente comercial da Service IT Solutions, Rodrigo Capasso, diz ser esta uma realidade do mercado. “Ser especializado é a nossa sobrevivência”, afirma. “Como os clientes estão cada vez mais exigentes, precisamos de argumentos para justificar seus investimentos em TI”, argumenta, lembrando que o conhecimento é a base da negociação.

Para ele, as empresas que optaram pela segmentação dispararam na frente da concorrência, mas nem todas agem da mesma forma. “Muitas se apegam aos jargões do “eu tenho, eu faço”, mas poucas resolvem o problema do cliente”, constata Capasso. E para os que compram o discurso do profissional que faz tudo, as consequências não demoram a aparecer. Com as implementações malfeitas, o cliente perde tanto tempo e dinheiro como credibilidade interna.

O PULO-DO-GATO

A Service especializou-se em infra-estrutura desde que iniciou suas atividades há 11 anos, já que seus sócios trabalhavam nessa área antes mesmo da criação da empresa. Seus profissionais são focados em implementação de Banco de Dados Oracle e Fusion Middleware, além de hardware e virtualização.

Como se trata de um segmento presente em qualquer indústria, a Service não buscou num primeiro momento a qualificação por área e sim por solução, no caso, a de infra-estrutura. A empresa já obteve 83 certificações e 90% dos seus profissionais técnicos são certificados. “Se não tivéssemos conhecimentos avançados, seríamos apenas mais um no mercado”, justifica o gerente comercial.

O vice-presidente de Vendas Indiretas da Oracle Brasil, Adriano Chemin, concorda com a observação de Capasso. “Como o CIO é um generalista, ele precisa de um fornecedor especialista”, constata, já que o cliente tem dificuldades em conhecer tantas soluções diferentes disponíveis no mercado.

Ele acredita que cada fornecedor tem de se concentrar no que faz melhor e formar parcerias a fim de complementar o leque de opções aos clientes, atuando com base no conceito de ecossistema. E aí entra a atuação da Oracle, com ações de estímulo aos parceiros para trabalharem dessa forma, já que não é possível ter conhecimento aprofundado em todas as tecnologias.

Atenta às novas exigências, a Oracle promove treinamentos segmentados e eventos especializados a fim de capacitar o parceiro em soluções específicas, para que possa adquirir diferencial e tornar-se mais competitivo. A própria separação da área de aplicativos da de tecnologia, feita há cerca de um ano, é uma mudança com foco nessa tendência, o que estimula a especialização dos parceiros.

Para as revendas que estão em fase de avaliação de soluções, vale investir em áreas de crescimento. “Algumas das que oferecem oportunidades são BI e Segurança da Informação”, observa Chemin, lembrando que são setores em expansão em todo o Brasil.



Capasso, da Service IT Solutions: ser especializado é a nossa sobrevivência

DESAFIO CONSTANTE

De acordo com o gerente de consultoria empresarial da Deloitte, Ubiratan Olivério, a segmentação precisa muito da colaboração da indústria. “Os fabricantes devem fornecer elementos para as revendas, como treinamentos e eventos para a especialização”, explica.

Um dos desafios é mostrar às revendas que se trata de um caminho importante para todos os portes de clientes, inclusive os pequenos, que sempre buscam indicações entre eles para decidir sobre uma solução. O varejista pede recomendação a outro, assim como a pequena indústria e, dessa forma, a cadeia de informações vai aumentando até que a revenda se torne especializada naquele nicho.

A exceção à regra é para quem trabalha com aplicativos de gestão, por exemplo, pois alguns processos são básicos para qualquer setor, como contabilidade e recursos humanos. Quando se pensa nas características mais específicas de cada indústria, aí entra em cena o parceiro especializado. “Trata-se de um caminho natural e o mercado já aprendeu que vai focar no que sabe fazer bem e terceirizar aquilo em que não é especialista, mesmo sendo da área de TI”, finaliza Olivério. *



Olivério, da Deloitte: a segmentação precisa muito da colaboração da indústria



Gente: o maior capital

Não faltam preocupações aos gestores de empresas de TI, seja do ponto de vista tecnológico ou de negócios. Num cenário cada vez mais competitivo, o curto espaço de tempo para a conquista de novos horizontes, retenção de clientes e aprimoramento do portfólio são fatores que fazem toda a diferença no vermelho ou no azul das planilhas de resultados. Mas nem sempre eles são suficientes para garantir a boa saúde no mercado, porque quem faz a empresa são as pessoas.

Por melhor posicionada que esteja, temos certeza de que a organização não conta apenas com recursos tecnológicos e comerciais para sobreviver. O segredo do sucesso reside hoje em um dos pontos mais valiosos: o capital humano. Nele, estão armazenados o conhecimento e o expertise adquiridos ao longo dos anos da vida corporativa – seu maior ativo.

Manter o conhecimento dentro de casa, no entanto, é uma tarefa desafiadora para os gestores. A perda de um funcionário não só abala a continuidade do trabalho como coloca em perigo informações estratégicas e planejamentos, que podem ser transferidos para a concorrência. Para evitar essa evasão e perda de investimento, vale a pena reter os talentos e cuidar para que eles se desenvolvam junto com o crescimento da companhia.

Estudos desenvolvidos na área de recursos humanos dizem que o desempenho e a satisfação são proporcionais ao reconhecimento e aos incentivos concedidos. Estes não tão-somente salariais, mas de demonstra-

“Empresas que se preocupam com a **satisfação dos funcionários** ocupam posições de destaque”



ção da importância do funcionário para a estratégia e o sucesso da empresa. Ao se sentir parte do negócio, ganha-se um colaborador comprometido com metas e resultados.

O funil do atual mercado de trabalho é implacável. Por ele passam apenas os melhores, não há lugar para os medianos. Por isso, espera-se também das pessoas não apenas qualificação, mas motivação e comprometimento com o negócio. Quanto mais afinado estiver o profissional com os interesses da empresa, mais chances de sucesso para ambos.

Tomar as rédeas da própria carreira é uma tendência em todas as áreas. Por sua vez, a empresa deve entender como os colaboradores agregam valor às suas metas e mais que um plano de carreira, criar oportunidades de crescimento.

Essas oportunidades devem ser identificadas pelo gestor, mas para isso é necessário que ele avalie cada funcionário. Entender que um bom técnico pode não se tornar um bom gerente, mas se for estimulado para crescer na carreira técnica poderá gerar melhores resultados, é um dos exemplos desse exercício.

Nesse contexto, há situações em que excelentes vendedores não querem assumir posições de liderança, por limitarem seus ganhos variáveis. Nesse caso, vale consultar o real interesse do profissional para que oportunidades mais adequadas possam ser oferecidas. É importante destacar que é muito comum acontecerem equívocos desse tipo. Uma boa alternativa para o gestor é se valer da experiência e da sensibilidade.

Mas o que fazer quando uma empresa não pode oferecer oportunidades de crescimento? Entendo que existe uma grande correlação entre desempenho e motivação dos colaboradores com os resultados da empresa. Assim sendo, sempre existirão oportunidades em uma empresa com um bom ambiente de trabalho.

Se somarmos a tudo isso uma liderança confiante, preocupada em distribuir mais elogios do que críticas, é possível conquistar um cenário de mais estabilidade profissional. Não por acaso, as empresas que se preocupam com a satisfação dos funcionários ocupam posições de destaque nos rankings de mercado.

*LUIZ MEISLER é vice-presidente sênior da Oracle para a América Latina

Saia na frente e acelere seu negócio com o Rapid Start



MPL e Oracle oferecem uma solução completa e de classe mundial para a gestão das pequenas e médias empresas. É o Rapid Start, com prazo de implantação e orçamento imbatíveis.

Para saber mais informações sobre o Rapid Start, entre em contato conosco.





Dez anos na gestão

E escrever sobre o aniversário de dez anos do Enterprise Resource Planning, o velho e conhecido ERP, me remete imediatamente às origens da humanidade e verifico como o homem sempre buscou formas eficientes de controlar situações que ele próprio criou. O interessante é que entra século, sai século, a questão continua sendo como gerenciar processos cada vez mais complexos.

Imagine como eram feitos os controles no antigo Egito, à época das construções das pirâmides. No Império Romano, para administrar estoques de armas, suprimentos, soldados e governo central deveria ser tão caótico como na Idade Média, controlar castelos, cidades que cresciam em torno deles e cobrança de impostos.

Sem falar na etapa dos descobrimentos, quando era necessário organizar frotas de navios que passavam meses ou anos sem a menor noção de quando chegariam em terra firme. Como planejar e montar governos e colônias, imigração e tudo o que era preciso para dominar uma região?

Até que no final da década de 1950 surgiu o conceito moderno de controle de tudo o que falei até agora. Esse modelo não se mostrou ideal, pois era muito caro, visto que a tecnologia disponível estava baseada nos gigantescos mainframes. Foi de fato nos anos 70, com o início da “popularização” da tecnologia, que o conceito de ERP começou a nascer para atingir o atual estágio.

O mundo estava em franca expansão econômica e isso demandava mais controle em todas as áreas. Surgiu

“O ERP movimenta mundialmente cerca de **US\$ 100 bilhões por ano**”



então o MRP (Material Requirement Planning ou planejamento das requisições de materiais), que evoluiu para o MRP II (Manufacturing Resource Planning ou planejamento dos recursos de manufatura), que também controlava outras atividades como mão-de-obra e maquinário.

Mas o tempo mostrou que a evolução ainda não era suficiente. Os métodos de administração da cadeia produtiva foram aprimorando com a mesma velocidade empregada pela tecnologia. Mas em meados da década de 1990, finalmente nasce o ERP, capaz de unificar e interligar praticamente todos os métodos de controle em um só sistema.

O mercado gostou da idéia. Ele foi (e pode ser) adotado em larga escala por empresas de diferentes portes e aí se deu um fenômeno interessante:

várias tecnologias paralelas foram criadas, como Data Mining (garimpo de dados), análise dos dados, Business Intelligence (BI ou inteligência corporativa), Custom Relationship Management (CRM ou gerenciamento de relacionamento com clientes), entre outras que movimentam bilhões de dólares anualmente ao redor do mundo. Detalhe: todas elas nada representariam sem o ERP, pois dependem dele para gerar resultados.

Não por acaso, o ERP movimenta mundialmente, segundo estudos das principais consultorias do setor, cerca de US\$100 bilhões por ano. No Brasil, pouco mais de US\$2 bilhões, divididos em US\$800 milhões de licenças e o restante em serviços. Ainda há muito a crescer, pois principalmente as médias e pequenas empresas ainda não têm idéia dos benefícios que o ERP pode trazer em lucratividade, competitividade e geração de novas oportunidades de negócios.

Mas ele vai estimular mais mudanças no cenário. A implementação da nota fiscal eletrônica (e-NF) movimentará uma avalanche de solicitações de serviços para a adequação dos ERPs já instalados. Dessa forma, ficarão aptos a interagir com esse novo modelo de controle fiscal que irá permear o mercado em poucos anos. Só de imaginar a demanda, dá para prever mais dez anos, no mínimo, firmes e fortes, para o mercado de ERP. Feliz aniversário!

*GUIDO ORLANDO JUNIOR é diretor de conteúdo do Podcast VoIT



Em 2006, o **SICREDI** alcança a marca de **um milhão de associados**

O ContentShare faz parte desta conquista.

Crescer é sempre um desafio. E um risco. Como manter a qualidade dos serviços, quando não se tem controle sobre o capital intelectual da empresa ou a produtividade da equipe?

O ContentShare reúne Portal de Colaboração, Gestão de Conteúdo e Workflow. Uma ferramenta de apoio à comunicação e processos internos, a solução para gerenciar o crescimento de sua empresa mantendo a excelência nos serviços prestados.

Na próxima página, você verá como o **SICREDI** - Sistema de Crédito Cooperativo aumentou sua **eficiência operacional**, a **segurança de suas informações**, e **reduziu custos** a fim de tornar possível atingir a marca de um milhão de associados.

ContentShare, o conhecimento de sua empresa ao alcance de todos.



Tecnologia potencializa crescimento

Sicredi busca excelência em Tecnologia da Informação para criar condições necessárias à evolução dos seus negócios

Os números surpreendem. A curva de crescimento do faturamento do Sistema de Crédito Cooperativo – Sicredi registra, desde 2003, média aproximada de 40%. Hoje, o conglomerado é formado por 132 cooperativas de crédito, que operam em 948 pontos de atendimento no Brasil, um Banco Cooperativo, uma corretora de seguro, uma administradora de bens, uma fundação, uma administradora de cartão, uma empresa de informática (Redesys), uma confederação e cinco centrais. Originário do Rio Grande do Sul, o Sicredi atua também nos Estados de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraná, Pará, Rondônia, Santa Catarina, São Paulo e Tocantins. Atualmente, o Sicredi conta com mais de 1 milhão de associados e 8 mil colaboradores.

Todo esse incremento tem como base a Tecnologia da Informação. Voltado para projetos que combinam ousadia na exploração das ferramentas com exigência constante em gerar valor aos negócios, o Sicredi tornou-se cada vez mais uma referência no mercado brasileiro graças à TI. Está sempre presente em variados veículos de comunicação e eventos, abordando casos de sucesso e o seu desenvolvimento com base na tecnologia. Para citar um exemplo, o

Oracle Open World 2005, realizado em São Paulo, contou com palestra de representantes do Sistema de Crédito Cooperativo para apresentar suas experiências com informática.

Atingir esse status, contudo, demandou a superação de inúmeros desafios. Por ser um sistema cooperativo que teve sua origem nas pequenas comunidades do interior dos Estados, o Sicredi tem obrigatoriamente uma atuação descentralizada, dividida nos vários municípios que não oferecem uma boa estrutura de comunicação. Esse é mais um entrave a ser superado em uma vertical de mercado com concorrência acirrada. Regulamentado pelo Banco Central do Brasil, o Sicredi enfrenta a disputa do mercado financeiro nacional com a necessidade de investimentos em ferramentas e sistemas que distribuam serviços de última geração na vasta extensão do território brasileiro onde atua.

“O Sicredi deixou de ver a TI como um centro de custo e passou a conceituá-la como geradora de negócios e oportunidades de crescimento e expansão”, sintetiza Nírio Metzka, diretor de TI do conglomerado. Ele acrescenta que as soluções de TI deram a sustentabilidade necessária para o crescimento acelerado do sistema, além de garantir a inclusão de novas evoluções tanto no >

Metzka, do Sicredi: passamos a ver a TI como geradora de negócios



quadro de associados quanto no número de entidades. Dessa forma, agregando outros componentes sem inutilizar a plataforma em uso.

De maneira geral, os projetos de TI do Sicredi são grandes e complexos, envolvendo milhares de usuários e sob um rígido controle de custos. Isso acaba por exigir das soluções de tecnologia algo perto do seu máximo de capacidade, além de demandar um forte apoio dos fornecedores e dos parceiros de negócio. “Ter uma infra-estrutura de TI próxima ao estado da arte significa ter os requisitos necessários para atender os associados no tempo certo, aderindo às mudanças e às tendências do mercado financeiro nos prazos que permitem manter relações de confiança com nossos clientes”, acrescenta o diretor.

CENTRALIZAÇÃO DA BASE DE DADOS

A trajetória de crescimento vertiginoso teve início com o projeto da centralização do banco de dados do Sicredi. A iniciativa, datada de 2001, eliminou as bases de dados locais nas cooperativas, o que acabou com o processo diário de consolidação dos dados por meio de modems e linha discada. Além disso, a mudança permitiu que as centenas de pontos de atendimento e os milhares de colaboradores pudessem usufruir de uma administração centralizada num único ponto, o que forneceu uma visão mais integral do sistema.

“Era comum perder informações durante a consolidação dos dados. Isso gerava entraves



“Ter uma infra-estrutura de TI próxima ao estado da arte significa **ter os requisitos necessários** para atender os associados no tempo certo”

para o Sicredi, já que não havia padronização e unificação dos processos entre as cooperativas. Os relatórios não tinham a exatidão que buscávamos”, conta Márcio Lermen, gerente de TI do conglomerado. Segundo ele, a centralização eliminou também os retrabalhos e as paradas inesperadas que causavam impactos negativos aos negócios do Sistema de Crédito Cooperativo. “A maior integração permitiu que os negócios entre as cooperativas fossem realizados mais facilmente”, acrescenta.

Marcio Lermen destaca que, entre todas as soluções disponíveis no mercado, apenas uma atendia a todos os pré-requisitos definidos pela cooperativa. “O Banco de Dados Oracle mostrou que possuía a robustez, a segurança e a escalabilidade de que necessitávamos no projeto. Além disso, era interoperável com o software de backup que usávamos e é fácil encontrar mão-de-obra especializada na tecnologia”, relata.

A adoção do Oracle Real Application Clusters sobre a base de dados também foi fundamental. “Sem a necessidade de investir em novos servidores, tivemos uma alta em performance e na capacidade de processamento apenas com a funcionalidade de clusters”, conta. Para ele, nenhum banco de dados do mercado possui a funcionalidade de clusterização tão consolidada e podendo ser aplicada de forma tão natural como o Oracle. A centralização do banco de dados foi a base de um projeto muito mais ousado e que se posiciona como um dos únicos do mundo.

SICREDI EM NÚMEROS

O Sistema de Crédito Cooperativo é formado por 132 cooperativas de crédito que opera 948 pontos de atendimento no Brasil. Além disso, o sistema possui um Banco Cooperativo, uma Corretora de Seguro, uma administradora de bens, uma fundação, uma administradora de cartão, uma empresa de Informática (Redesys), uma confederação e 5 centrais. Contando com mais de 1 milhão de associados e 8 mil colaboradores, o conglomerado é originário do Rio Grande do Sul, mas atua também nos Estados de Goiás, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Paraná, Pará, Rondônia, Santa Catarina, São Paulo e Tocantins.

CLUSTER METROPOLITANO

Ainda que a clusterização tenha por algum tempo sustentado o ritmo de crescimento do Sicredi, a demanda por processamento exigiu mais capacidade de hardware. Para se ter uma idéia da taxa de aumento, os acessos diários de usuários saltaram de 500 em novembro de 2004 para mais de 9 mil em dezembro de 2005. A expansão dos servidores exigiria mais alguns milhares de dólares de investimentos. “O banco de dados ficou grande demais para ser gerenciado pelo ambiente anterior. Em vez de simplesmente par-

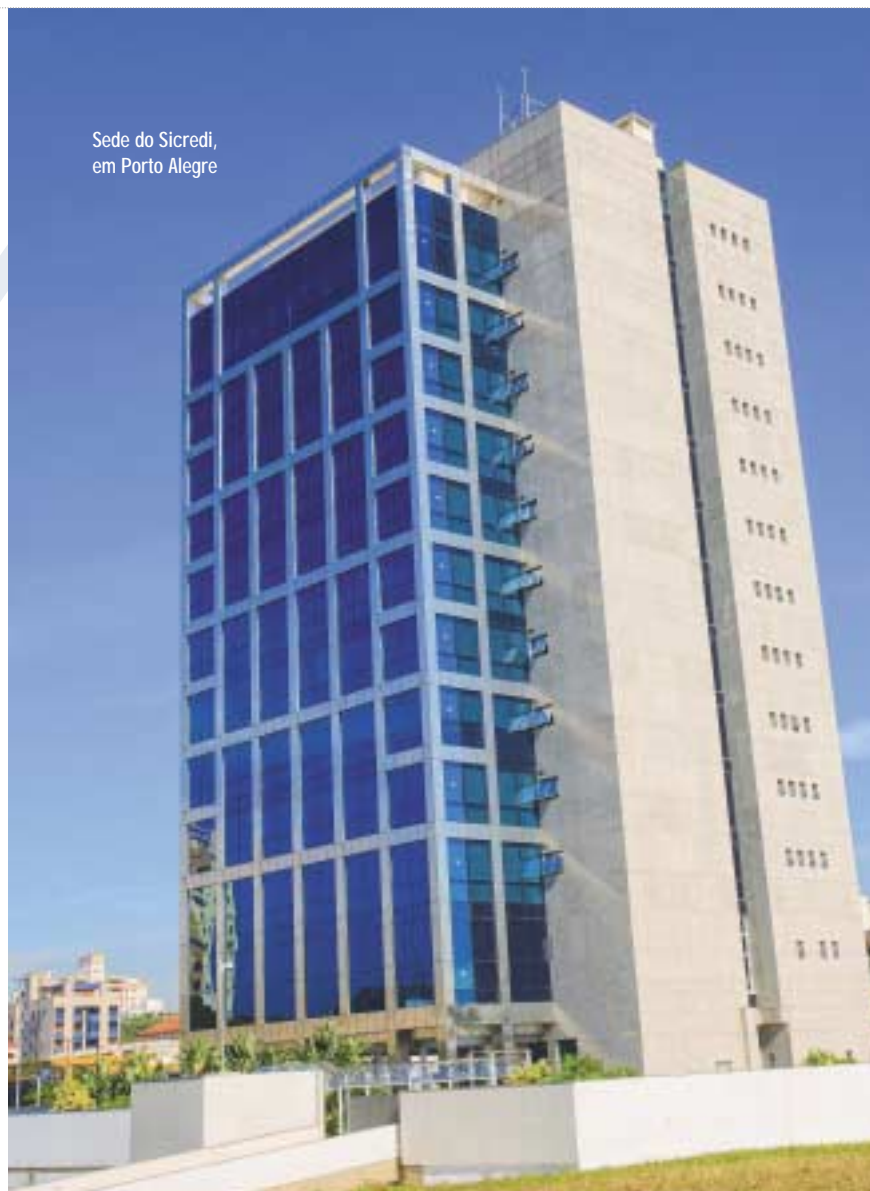
tir para a aquisição de novas máquinas, buscamos um caminho alternativo com as soluções que tínhamos”, conta Lermen.

A resposta encontrada foi otimizar a utilização do servidor alocado para o Plano de Continuidade de Negócios. Reajustando o nível de contingência necessário, foi possível reaproveitar a máquina que estaria dedicada exclusivamente para situações de emergência. Lermen relata que “por meio de uma análise detalhada, foi definido como fundamental um nível de contingência de 50% da produção. Com isso, o sistema ocioso para a produção diária foi revertido para prover 50% à continuidade de negócios e o restante à produção”.

Se a solução já era ousada com as máquinas localizadas no mesmo prédio, ela ganhou mais complexidade. Com o objetivo de aumentar o nível de segurança em caso de desastres que afetassem a construção, os servidores foram separados em dois datacenters, distantes 15 quilômetros um do outro, em cidades diferentes. Surgia, assim, a solução de Cluster Metropolitano que suporta a rotina diária de produção do Sicredi e realiza a replicação simétrica em tempo real, sem gastar o que seria necessário para adquirir novas plataformas.

“Aproveitamos os altos investimentos que fizemos nos recursos de comunicação, via Fibre Channel e Gigabit Ethernet, para que o sistema rodasse sem problemas de latência”, garante. Agora, continua, os colaboradores se podem conectar ao banco de dados de forma transparente, sendo atendidos por servidores do cluster de qualquer um dos sites sem notar diferença alguma. Da mesma maneira que acontece nos servidores, o Cluster Metropolitano também replica os sistemas de storage que armazenam, hoje, cerca de 8,5 Terabytes de dados. O projeto foi concluído em 2004.

Para dimensionar o nível de complexidade do Cluster Metropolitano, existem apenas cinco soluções semelhantes rodando no mundo. Financeiramente, a solução culminou numa economia de cerca de US\$ 1 milhão na aquisição de novos servidores. “Esse projeto sem tec-



Sede do Sicredi,
em Porto Alegre

nologia Oracle seria impossível. Não conheço nenhum concorrente no mercado que tenha a mesma naturalidade e performance na clusteração dos servidores”, destaca.

Na avaliação de Eduardo Hahn, diretor da Advanced IT, parceira Oracle, que prestou suporte ao projeto, a iniciativa só teve sucesso graças à confiança mútua entre os elos da cadeia. “A confiança entre o Sicredi, a Advanced IT e a Oracle permitiu criar projetos que, como o Cluster Metropolitano, exploram o potencial da tecnologia próximo ao seu limite. Caso o cliente não confie na tecnologia ou no parceiro, o resultado atingido jamais seria possível”, ressalta. ➤



PORTAL

Após a conclusão da centralização da base de dados e do desenvolvimento do Cluster Metropolitan, o Sicredi precisou atacar um outro problema em sua infra-estrutura de Tecnologia da Informação: a necessidade de um portal corporativo que centralizasse e melhorasse a gestão de documentos. “O Portal Corporativo foi construído utilizando apenas componentes do Oracle Application Server. Ele foi responsável por uma revolução na comunicação entre as entidades que compõem o sistema, agregando versatilidade e garantia na entrega e leitura de documentos”, decreta Nírio.

Já Marcio Lermen destaca que, com o Portal, a gestão de documentos gerou melhora em produtividade. Entre os maiores benefícios desse novo canal está a organização aprimorada por meio de documentos, com prazos definidos para leitura e resposta. “No caso de algum funcionário não responder a um determinado documento, a solução automaticamente avisa o superior imediato que o subordinado está ignorando a determinação”, acrescenta Lermen.

Além disso, o portal publica as informações num repositório e cuida, automaticamente, de todo o workflow dos documentos: aprovação, revisão e publicação. A definição de prioridade pode ser feita facilmente, assim como determinar o tempo para resposta e os grupos de usuários que devem receber o material. O portal também facilitou a interação e a comunicação entre as unidades do Sicredi.

“A combinação entre as soluções e a Advanced IT foi essencial para que a implementação tenha consumido cerca de um ano, período em que o projeto começou a funcionar”, afirma Lermen. Todo o desenvolvimento do Portal Corporativo foi feito pela Advanced IT, assim como o treinamento da equipe interna do Sicredi.

Nírio Metzka afirma que o portal foi mais uma das iniciativas que geraram corte de custos. “Reduziu significativamente as despesas com impressão e gerenciamento de documentos. Além disso, eliminou a necessidade de certas entidades em dedicar exclusivamente um cola-



Lermen, do Sicredi: maior integração permitiu realizar negócios com mais facilidade

borador para encaminhar e gerenciar arquivos e documentos”, conta. Lermen acrescenta que “não é mais necessário gastar mais com a transferência de arquivos via FTP e ainda há mais exatidão do que as mensagens por e-mail”.

GESTÃO DE IDENTIDADE E SSO

A implementação do Portal foi tão bem-sucedida que estimulou a empresa a adotar Gestão de Identidade e Acesso, que utiliza apenas as funcionalidades das soluções Oracle instaladas e, até, um enfoque em busca de um dos grandes sonhos dos especialistas: o Single Sign-On (SSO), uma forma de autenticar uma única vez na companhia e ter acesso a todas as aplicações.

“A solução de controle de identidade e acesso foi construída utilizando a infra-estrutura e as funcionalidades Oracle. Não foi necessário adquirir solução de terceiros”, explica Nírio. Para ele, o maior benefício do projeto foi facilitar o gerenciamento de quais dados e aplica-

TECNOLOGIA NO SICREDI

NECESSIDADES: aumentar a performance dos sistemas, garantir que a gestão estratégica de documentos seja realizada com prazos determinados e criar ferramentas para gerenciar o acesso seguro dos colaboradores sob o conceito de logon unificado (SSO).

SOLUÇÕES ADOTADAS: Oracle Database com Real Application Cluster, Oracle Advanced Security, Oracle Enterprise Application Server, Oracle Discoverer, Oracle Internet Directory, Oracle Workflow, Oracle Content Management SDK, Oracle Forms and Reports Server e Oracle Designer.

RESULTADOS: redução de custos ao evitar a aquisição de novos servidores por meio da clusterização; Economia em impressão e aumento na eficácia da gestão de documentos; Maior facilidade no gerenciamento e na auditoria dos dados sobre acessos dos usuários graças ao logon unificado (SSO).

PARCEIRO ORACLE: Advanced IT

O maior benefício do projeto foi facilitar o gerenciamento do acesso aos dados

tal e no gerenciamento de identidade e acesso por meio de SSO, foi importante para uma nova fase na cooperativa: o desenvolvimento de um ERP. Ao definir a IFlex como fornecedora (posteriormente adquirida pela Oracle), a companhia garantiu que o sistema de gestão tivesse base no LDAP para que o ERP fosse inserido no conceito de Single Sign On. “Todas essas iniciativas são muito difíceis de serem postas em prática. Como no Sicredi começamos quase do zero, estamos encontrando um cenário melhor. Em pouco tempo, esse será um grande diferencial competitivo da empresa”, acrescenta Márcio Lermen. O especialista acredita que a iniciativa estará concluída em menos de três anos.

VOIP

Além de todos esses projetos, o Sicredi também é uma referência em comunicação. A cooperativa usa, há três anos, 100% de telefonia IP e possui, hoje, uma estrutura que comporta 8 mil ramais e responde a mil agências. “Além da estrutura mais segura e fácil de administrar, por se tratar de uma única rede, garantimos uma estabilidade de 99,999% na nossa comunicação.”

Segundo Lermen, a estrutura de telefonia baseada em IP não teve até hoje nenhuma queda geral. “Além da disponibilidade, obtivemos benefício em flexibilidade para a estrutura física da companhia. Reestruturamos o departamento de TI, adicionamos mais 20 posições, e só foi preciso cuidar dos pontos de rede”, comenta.

Lermen afirma que estuda a adoção de criptografia no ambiente e conclui que o exemplo da telefonia IP reforça o tipo de envolvimento que o Sicredi tem com a tecnologia. “Investimos pesado e buscamos otimizar ao máximo para que, em pouco tempo, a redução de custos pague todo esse esforço.” *

ções foram utilizados por quais usuários e em quais momentos. Dessa forma, simplificou também o processo de auditoria de segurança. Além disso, o bom desempenho da nova estrutura de gestão de identidade e acesso permitiu que o conceito de SSO fosse implementado em todas as aplicações web que rodam no Sicredi.

Fazer cada aplicação por vez. Esta foi a resposta encontrada pela equipe de TI para que o trabalho hercúleo de adaptar o legado à visão de SSO não causasse transtornos nas rotinas corporativas. Assim, utilizando o protocolo LDAP (Lightweight Directory Access Protocol), todo esse processo pôde ser feito sem mudanças drásticas. Assim a organização de forma gradual e consistente caminha em direção ao conceito de acesso único pleno. “Adaptamos essa visão nas aplicações em uso e, para as novas, ter compatibilidade com o SSO tornou-se um pré-requisito fundamental para aquisição”, define Lermen.

A nova estrutura do Sicredi, baseada no por-



No controle das estradas

Tecnologia Oracle garante agilidade, administração eficiente e integridade de dados às concessões da EcoRodovias

Administrar mais de 900 quilômetros de malha rodoviária de forma eficiente é o grande compromisso da EcoRodovias, holding controladora das concessionárias de rodovias Ecovias dos Imigrantes (SP), Ecovia Caminho do Mar (PR) e Ecosul Rodovias do Sul (RS). São mais de 40 milhões de veículos circulando anualmente, que demandam gerenciamento de ações e tomadas de decisão.

Para modernizar processos, agilizar a elaboração de relatórios e assegurar a integridade dos dados, a EcoRodovias, por meio do seu Centro de Serviços Compartilhados – CSC, contou com a tecnologia Oracle.

AÇÃO E ESTRATÉGIA

Com o lema “Respeito à vida sob todas as suas formas” a segurança rodoviária é prioridade da EcoRodovias. Meta alcançada com excelência na gestão operacional de suas rodovias. Esse é o conceito usado na administração das rodovias da holding que ligam os maiores centros produtores e de consumo do País aos três mais importantes portos do litoral brasileiro: Santos (SP), Rio Grande (RS) e Paranaguá (PR), por onde passam hoje mais de 40% de todas as mercadorias dos principais corredores de importação e exportação do Brasil.



Fabio Dal Colleto,
gerente de vendas
da UniOne

O mecanismo parece simples: quando o veículo passa pelo pedágio, um novo dado é gerado e um relatório consolidado. Mas cada uma das empresas que integra a EcoRodovias precisa gerar de sete a oito relatórios mensais, que são encaminhados para diversos destinatários. Antes, o desafio era grande, pois esses documentos eram produzidos e elaborados de diferentes formas, de acordo com sua finalidade.

Roberto Nisti, especialista de TI do Centro de Serviços Compartilhados da EcoRodovias, explica que esses relatórios não disponibilizam apenas fluxo de caixa e dados importantes para contabilidade. “Eles classificam essas informações por tipo de despesa e investimento em cada área das rodovias, pedágios, infra-estrutura, sinalização, entre outros”, complementa. Por essa razão, o projeto desenvolvido pela UniOne Consulting, parceira Oracle, aprimorou a gestão, implementou novos recursos de automação e facilitou o manuseio de todas as informações.

INÍCIO DA MODERNIZAÇÃO

De acordo com Fabio Dal Colletto, gerente de unidade de negócios da UniOne, inicialmente foi feita uma proposta de trabalho com um cronograma de projeto. A primeira fase foi exatamente entender toda a necessidade da EcoRodovias em gerar os documentos. O Centro de Serviços Compartilhados da EcoRodovias forneceu os caminhos e as informações para o entendimento do negócio.

“Dessa forma, foi possível desenhar um modelo de dados no Oracle Database, ou seja, um Datawarehouse capaz de armazenar todas essas informações e depois desenvolver relatórios conforme a necessidade, com o uso do Oracle Discoverer, Oracle Report e Oracle Warehouse Builder”, detalha Colletto.

Assim, fluxo de caixa, arrecadação e ERP foram integrado por meio da adoção do Banco de Dados Oracle. Houve a consolidação dos sistemas no Datawarehouse.

“Antes da implementação, fechávamos o mês por volta do dia 07 e tínhamos até o dia 20 para entregar os relatórios. Hoje, as informações são lançadas nos sistemas e automaticamente padronizadas de acordo com a demanda de cada documento, sem erros e atrasos”, explica Nisti.

Outra facilidade foi gerada com o uso do Oracle Discoverer. Os dados puderam também ser checados pela web por usuários autorizados. Ele acrescenta que hoje, quando o veículo passa pelo pedágio, a informação da arrecadação segue diretamente para o banco de dados e no final do dia é possível obter uma estatística sobre a arrecadação e o número de veículos que circulou. O sistema também possibilita saber qual meio de pagamento foi utilizado, a categoria do veículo, o volume de tráfego (por hora ou dia), entre outros.

RUMO AO FUTURO

Agora, a EcoRodovias avança para a segunda fase do projeto. “Há a perspectiva de estender esses benefícios para outras unidades da empresa”, estima Dal Colletto. O sistema passará a ser usado também pelos departamentos de operação, estatística e previsão. *

BENEFÍCIOS DA SOLUÇÃO ORACLE

NECESSIDADE: criar relatórios de diferentes padrões com dados consolidados e com maior rapidez.

SOLUÇÃO ADOTADA: Oracle Database, Oracle Report, Oracle Discoverer, Oracle Warehouse Builder.

RESULTADOS: extração dos dados do database e consolidação em relatórios previamente modelados de acordo com a demanda, com maior agilidade e sem a manipulação das informações.

PARCEIRO ORACLE: UniOne Consulting.

Roberto Nisti, especialista de TI do Centro de Serviços Compartilhados da EcoRodovias





Referência em produtividade

Tupy Fundições, uma das maiores exportadoras de produtos à base de ferro fundido do País, agiliza processos e reduz custos operacionais com o Oracle Collaboration Suite

O momento é de expansão na indústria brasileira de fundição, que obteve crescimento de 6,4% no primeiro trimestre de 2006. O mercado externo cresceu 23,3% no trimestre em relação ao mesmo período do ano passado. Do montante exportado, 45% são escoados por duas grandes empresas. Uma delas é a Tupy Fundições, uma das maiores exportadoras de peças em ferro fundido do País, especialmente para a indústria automobilística. Para se manter na liderança do mercado desse segmento e tornar os processos internos e externos mais eficientes, a companhia implementou as funcionalidades do Oracle Collaboration Suite com o reforço do Oracle Application Server Portal.

A estratégia das atuais empresas exportadoras do setor é manter os clientes ao mesmo tempo em que promovem

ações para o reajuste de preços e priorizam esforços internos para agregar valor e reduzir custos. Isso porque ainda há dificuldades na exportação em virtude da valorização do real. Entre os clientes da Tupy estão Cummins (EUA e México), DaimlerChrysler, General Motors, MWM International, John Deere, Mack Trucks (EUA) Peugeot (França), Iveco (Itália) e Ford (Inglaterra). No Brasil, são atendidos DaimlerChrysler, MWM, Bosch, Volkswagen, entre outros.

De acordo com Juliana Bachtold, coordenadora de Tecnologia da Informação e Infra-estrutura da empresa, em 2004 a Tupy iniciou uma busca por ferramentas de colaboração, pois o serviço de e-mail, o armazenamento de arquivos e a troca de informações não funcionavam com a devida eficiência exigida pela demanda dos negó-



© 2

Juliana e Rogério, da TUPY: integração entre as aplicações de colaboração e de negócios

cios da empresa. “A escolha pela tecnologia Oracle apoiou-se na vantagem de que ela oferecia integração entre as aplicações de colaboração e as de negócios, além de oferecer um melhor custo-benefício”, explica Juliana.

O processo de implementação das ferramentas foi feito pela Quick Soft, parceira Oracle, que ofereceu treinamento e suporte inicial para a equipe de TI da Tupy e alocou mais três profissionais para reforçar o time. “Preparamos o ambiente por cerca de duas semanas e depois iniciamos a implementação do Oracle Collaboration Suite”, completa Juliana. Ela acrescenta que foi realizada uma pesquisa inicial em alguns departamentos para identificar as necessidades das áreas em relação às ferramentas de colaboração.

RUMO À MODERNIZAÇÃO

A migração tecnológica começou com a adoção do Oracle Mail e do Oracle Calendar. O primeiro foi a resposta para a alta demanda de circulação de informações que não estava sendo atendida pelo antigo servidor, visto que grande parte dos dados da companhia circulava entre os colaboradores por e-mail. “Já são cerca de 1.200 funcionários que utilizam o novo servidor de e-mail”, informa a coordenadora.

Paralelamente à implementação, a empresa passou a utilizar o Oracle Calendar. Ele possibilitou não somente o compartilhamento das agendas dos funcionários, como a visualização da interface de compromissos, agilizando processos e negociações. “Um funcionário pode marcar uma reunião por meio do Oracle Calendar e visualizar se há disponibilidade de horários dos participantes. Além disso, é possível determinar o nível de autonomia de acesso de cada usuário. Essas duas ferramentas tornaram o fluxo de informações muito mais ágil, o que refletiu, inclusive, nas tomadas de decisão”, explica Juliana.

O Oracle Real Time Communicator, solução de mensagens instantâneas, complementou a estrutura e está sendo utilizada por todos os usuários da empresa. De acordo com Juliana, esse recurso resultou em redução de

custos com chamadas telefônicas e possibilitou uma comunicação mais ágil. A economia nas chamadas interurbanas também foi significativa, já que as subsidiárias da Tupy, localizadas fora do Brasil, também adotaram a tecnologia.

“Argentina, Estados Unidos e Alemanha já usam o Instant Messenger, além de alguns dos nossos representantes. A intenção agora é ampliar a utilização também para os nossos clientes e engenheiros de aplicações que ficam alocados nas dependências de clientes”, complementa.

EVOLUÇÃO E PROJETOS

Francisco Carlos Rogério, gerente de Tecnologia da Informação da Tupy, adianta que a empresa vislumbra a criação de um portal corporativo para, entre outras funcionalidades, gerar alertas de trabalho de verificação de ferramentas aos usuários por meio de uma única interface web. Rogério explica que esse canal terá como base o Oracle Application Server Portal de forma integrada. “O projeto ainda não está concluído, mas já estamos potencialmente preparados para desenvolvê-lo”, revela.

Juliana diz que a equipe de TI segue identificando oportunidades nas áreas usuárias para ampliar o uso de ferramentas de colaboração ampliando os resultados positivos para organização. *

TECNOLOGIA NA TUPY FUNDIÇÕES

NECESSIDADE: Criar um sistema de colaboração ou um conjunto integrado de aplicações corporativas para gestão da comunicação e dos projetos entre os funcionários, subsidiárias, fornecedores e clientes. Reduzir custo e agregar valor e agilidade aos processos de decisão.

SOLUÇÃO ADOTADA: Oracle Database 10g, Oracle Application Server Portal e Oracle Collaboration Suite com Oracle Files, Oracle Web Conferencing, Oracle Real Time Communicator, Oracle Mail e Oracle Calendar.

RESULTADOS: Redução de custos, agilidade na solução dos problemas, facilidade de comunicação e troca de informações, melhora da produção e centralização da informação.

PARCEIRO ORACLE: QuickSoft.



Experiência própria

Ao utilizar produtos Oracle para sua gestão, a parceira DBA adquire conhecimento para vendas e criação de soluções

Quando precisamos tomar uma decisão, costumamos recorrer à ajuda de alguém que tenha experiência no assunto – pode ser a compra de um carro, uma mudança de emprego ou a escolha de um fornecedor para prestação de serviços. Na área de TI não é diferente. Se uma empresa decide implementar uma solução, o primeiro passo é pesquisar quem já fez o mesmo para entender todos os aspectos da novidade.

Quando a DBA Engenharia de Sistemas vende uma solução, ela é a própria referência para o cliente. Em todos os seus processos, a tecnologia Oracle está presente: banco de dados, servidor de aplicações e diversos módulos do E-Business Suíte, como Oracle Sales, Financials, Projects, Procurement Management, Collaboration e Resource. “Esse diferencial remete a uma grande credibilidade, pois somos usuários das soluções que vendemos”, explica Wagner Rangel, gerente do projeto ODC (Offshore Delivery Center) da DBA.

Desde 2004, a empresa migrou seu banco de dados e ERP para Oracle. Na ocasião, a parceira decidiu rever seus processos para dar suporte ao crescimento da organização. “Estávamos criando uma subsidiária em Frankfurt e precisávamos de processos definidos para toda a companhia”, diz o presidente da DBA, Danilo Meth.

A DBA conta com 2,5 mil colaboradores no Brasil e em países como Alemanha, Estados Unidos, Peru e México para clientes de grande porte nas áreas de finanças, telecomunicações e seguradoras. A corporação desenvolve três modelos de negócios: Production Capacity (terceirização via SLA), Closed Project (projeto implementado em um prazo determinado) e Time Material (terceirização de recursos humanos).

SERVIÇOS DIVERSOS

Devido à complexidade dos serviços prestados, por ocasião da compra das soluções Oracle, todos os processos da empresa foram redesenhados, em conjunto com a UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro). O modelo de gestão compreendia processos, melhores práticas, sistemas, políticas, diretrizes e normas que atendessem às práticas do eSCM (eSourcing Capability Model), visando a qualidade de entrega, transparência, redução de custos e serviços.

Sustentada em três pilares – eSCM, Governança Corporativa e PSA (Professional Services Automation), ferramenta da Oracle que automatiza os negócios –, a reestruturação durou 30 meses e teve como objetivo aumentar a visibilidade das operações da empresa e institucionalizar o processo de vendas, alcançado com o módulo Oracle Sales.



Meth, da DBA: nosso diferencial é que somos usuários das soluções que vendemos

TECNOLOGIA NA DBA

NECESSIDADE: Aumentar o controle dos processos e garantir suporte ao crescimento da empresa.

SOLUÇÕES: Oracle E-Business Suite Oracle PSA (Professional Services Automation).

RESULTADOS: Integração das aplicações, alinhamento de processos, melhoria de performance e otimização do gerenciamento de pessoas, conhecimento e clientes.

A apenas dois meses da finalização de toda a implementação, alguns ganhos podem ser observados, principalmente em vendas e no relacionamento com o cliente, que pode acompanhar o seu projeto. A partir da quinta semana do início de um novo negócio, a empresa cria um portal de relacionamento, atualizado em tempo real, que permite ao cliente acessar e visualizar toda a documentação e o status dos serviços prestados.

“Como todos os clientes são de grande porte, essa ferramenta facilita a visualização do andamento do que está sendo feito”, diz Meth. “Já que está tudo integrado, não foi difícil dispor as informações no portal, e, de quebra, a solução faz parte de um conjunto de medidas de Governança Corporativa, entre as quais a auditoria externa da KPMG, existente há quatro anos”, completa.

Os recursos de R\$ 6,5 milhões foram destinados ao projeto também contemplando os investidores, o que já aumentou o valor da empresa no mercado. Meth não revela quanto, mas garante que a modelagem diferenciou a companhia da concorrência, atraiu novos clientes e ainda vai permitir a abertura do capital.

FUNCIONALIDADE MODERNA

A aquisição do E-Business Suite proporcionou uma arquitetura alinhada aos requisitos de negócio, o SOA – Service Oriented Architecture. “A vantagem é que é possível reutilizar serviços de qualquer parte do modelo de negócios”, diz Rangel, lembrando que antes do SOA o processo de negócios ou serviços eram funcionais, ou seja, o modelo não permitia a reutilização de serviços. Dessa forma, o negócio é que tinha de se adaptar à tecnologia existente, e não o contrário.

Agora, a empresa tem 80% de seus processos de negócios com possibilidades de reutilização, já que as partes do ERP da Oracle atendem ao fluxo de trabalho e aos requisitos. Por exemplo, em linhas gerais, um mecanismo de recrutamento e seleção envolve cadastro de candidatos, recrutamento, entrevista, testes, seleção e contratação. Se a empresa precisa apenas realocar um funcionário, no modelo tradicional não é possível executar a tarefa de forma automatizada, o que gera dificuldades e retrabalho. Já na Arquitetura Orientada a Serviços, basta utilizar apenas algumas partes desse processo já existente, de acordo com a granularidade do sistema. “O SOA traz economia de tempo e dinheiro”, resume Rangel.*



Mais acesso à educação

Salvador implementa sistema de matrículas e gestão baseado em Oracle e agiliza ingresso nas escolas

Todos os anos, cerca de 180 mil alunos são matriculados nas 365 escolas municipais da cidade de Salvador (BA), a terceira maior do País. Para tornar ágil e eficiente o processo de matrícula, eliminar as rotineiras filas em busca de vagas e aprimorar a manutenção do sistema educacional, a Secretaria Municipal de Educação e Cultura da cidade iniciou um projeto, de custo aproximado de R\$ 2 milhões, com um sistema integrado de matrícula (MAIS – Matrícula Informatizada Social) e gestão baseado em plataforma Oracle.



Campello, Secretário Municipal de Educação e Cultura: o desafio era grande

O Instituto Stefanini e a Sysdesign Consultoria, parceira Oracle, foram responsáveis pela implementação, apoio e operação do projeto, que consumiu seis meses para ser estruturado. O desafio era grande, na avaliação do Secretário Municipal de Educação e Cultura, Ney Campello. Em geral, todo início de ano letivo era marcado com a cena em que os pais acampavam na porta das escolas em busca de vagas para seus filhos. As filas eram sempre extensas, por conta do atendimento lento, feito apenas por meio de um formulário de papel, o que restringia o controle e a distribuição das vagas. Além disso, o gerenciamento das escolas e o atendimento das demandas pela Secretaria possuíam rotinas muito demoradas.

Para resolver essa questão, o Assessor Especial e Chefe de gabinete da Secretaria Municipal de Educação e Cultura de Salvador, Cláudio Silva, conta que foram gas-

tos cerca de 90 dias para a criação do sistema e do modelo de banco de dados, no Oracle Database 9i Enterprise Edition. “Fizemos o recadastramento de todas as escolas e dos alunos no novo ambiente.”

O assessor diz ainda que “toda a estrutura roda em Linux e, além do Banco de Dados Oracle, também utilizamos o IAS 10G R.2 (Internet Application Server), que permite acesso às informações do sistema pela conexão direta com o banco. Trata-se de uma revolução na área educacional da cidade”. Ele acrescenta que o projeto foi apoiado pela Prodasal (Companhia de Processamento de Dados de Salvador), que hospedou os seis servidores envolvidos e como consequência permitiu a operação 24 horas por dia, sete dias por semana.

O FIM DA BUROCRACIA

Antes da implementação, os procedimentos de organização das escolas e atendimento ao público duravam cerca de três meses. Os interessados compareciam às escolas, onde desejavam estudar. As instituições de ensino preenchiam os formulários de matrícula e os enviavam para a Secretaria. “Nesse processo, entre outras questões, havia duplicidade de informação e alunos matriculados em duas escolas, o que impactava no número de vagas”, explica Silva.

“Precisávamos eliminar as filas e oferecer atendimento digno aos cidadãos”, afirma o Secretário. Para atender essa demanda, foi projetado um sistema capaz de reunir as informações em um único banco de dados. Dessa forma, o atendimento passou a consumir apenas 15 minutos. O assessor acrescenta ainda que “se uma pessoa mora no



RAIO X DA TECNOLOGIA

NECESSIDADE: Criar um ambiente integrado entre as escolas municipais de Salvador e ter as informações de matrícula e gerenciamento em uma única base de dados

SOLUÇÃO ADOTADA: Oracle Database 9i Enterprise Edition e IAS 10G R.2

RESULTADOS: Agilidade e eficiência no processo de matrículas, possibilidade de consultar vagas em toda a rede escolar, melhor visualização das informações consolidadas no mesmo banco de dados, atendimento das demandas de gerenciamento com maior rapidez

PARCEIRO ORACLE: Sysdesign Consultoria

bairro B, pode matricular-se no bairro A, pois com o Banco de Dados Oracle é possível checar as disponibilidades das vagas e distribuí-las”.

O atendimento presencial, porém, não foi a única alternativa dada à população. A Secretaria também disponibilizou funcionários, munidos de PDAs e celulares, para atender à população em casa, nas localidades que não possuem escolas próximas. Até mesmo as dez escolas, localizadas nas três ilhas de Salvador, contaram com a matrícula informatizada. Os recursos móveis possuem conexão em tempo

real com o Banco de Dados Oracle. “Temos hoje 1,5 mil máquinas com capacidade para fazer matrículas com 2 mil conexões no mesmo instante, além de 20 PDAs e 60 celulares para atendimento móvel”, destaca Campello.

Outro benefício proporcionado pela tecnologia Oracle foi a implementação do SIGA – Sistema de Informação e Gestão Automatizado. A iniciativa significa uma mudança radical no atendimento das demandas escolares e no gerenciamento. “Anteriormente, qualquer problema que pre-

cisasse ser resolvido na estrutura da escola, desde a necessidade de conserto de uma torneira até a falta de materiais no estoque, demandava a produção de um ofício que precisava ser entregue pelo diretor à Secretaria”, explica Silva.

Hoje, as requisições são feitas em tempo real pelo sistema e as demandas são atendidas rapidamente. “Passamos de um tempo, que poderia durar de 15 a 90 dias, para um período de resposta em até 48 horas”, destaca Campello. Ele acrescenta que o próprio sistema alerta caso aconteça uma demanda que não tenha sido atendida nesse período. Além disso, a Secretaria recebia das escolas, em média, 1.700 ofícios por mês, montante que caiu para 15 com o uso do sistema.

De acordo com o Secretário, os benefícios não são observados apenas na questão eficiência, mas também na redução de custos operacionais da Secretaria, além de refletirem indiretamente no quadro da evasão, que caiu de 15% para 13,9%, o que significa um aumento no número de estudantes. “Muitos alunos desistiam de estudar em razão da dificuldade de conseguir uma vaga”, completa e adianta que a expectativa da Secretaria é ampliar o projeto com o uso do Oracle Portal, de forma a integrar o portal do órgão aos já existentes nas escolas e aos que forem criados. *

Uma verdadeira **revolução** na área **educacional** da cidade

real com o Banco de Dados Oracle. “Temos hoje 1,5 mil máquinas com capacidade para fazer matrículas com 2 mil conexões no mesmo instante, além de 20 PDAs e 60 celulares para atendimento móvel”, destaca Campello.

Outro benefício proporcionado pela tecnologia Oracle foi a implementação do SIGA – Sistema de Informação e Gestão Automatizado. A iniciativa significa uma mudança radical no atendimento das demandas escolares e no gerenciamento. “Anteriormente, qualquer problema que pre-



PARCEIROS BEM EQUIPADOS

Como parte da estratégia da campanha de marketing lançada em abril, direcionada ao mercado SMB, a Oracle lançou o kit Faça Boas Vendas, material que oferece recursos de apoio ao trabalho dos parceiros. “O kit inclui estudos de caso e diversas apresentações dos produtos para que as pequenas e médias empresas quebrem o paradigma dos preços altos da Oracle”, afirma a diretora de Marketing, Carmela Borst. Com um mínimo de cinco usuários, as companhias podem adquirir cada licença a partir de R\$ 327,00. Já foram distribuídos 2 mil kits com informações do Banco de Dados Oracle 10g Standard Edition One e Oracle Application Server 10g Standard Edition One, que prometem ser importantes instrumentos para aumentar o volume de vendas nesse mercado.

CAMPEÃ EM PRÊMIOS

Antes de fechar este ano fiscal, a Oracle colecionou três prêmios importantes. No mês de abril, recebeu o de Melhor Banco de Dados, na sexta edição da premiação dos Campeões do Canal, que reconheceu os fabricantes e distribuidores favoritos dos leitores da CRN Brasil. A cerimônia de premiação contou com a representação da diretora de Alianças e Canais da Oracle do Brasil, Cristiane Santos. Outro reconhecimento na mesma categoria aconteceu no mês de maio pela revista Consumidor Moderno, que promove o VII Prêmio Consu-

midor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente. Nessa seleção, todas as empresas clientes julgaram o serviço das fornecedoras. O terceiro foi conquistado na 5ª Pesquisa INFO de Marcas, em que executivos de 100 empresas brasileiras apontam quais são os nomes mais confiáveis da TI brasileira. A pesquisa, enviada por e-mail, avaliou a confiabilidade de 423 nomes, divididos em 34 categorias. Foram consideradas as marcas que alcançaram pelo menos 50 pontos. Na categoria de Bancos de Dados, a Oracle foi a vencedora.

ÁREA DE APLICATIVOS EM ALTA

A área de aplicativos da Oracle está comemorando os seus resultados em todo o mundo e no Brasil, com o crescimento de 24% nas receitas no 4º trimestre do seu ano fiscal de 2006, compreendido entre os meses de março a maio de 2006. De acordo com Charles Phillips, presidente da Oracle, no quarto trimestre, a empresa apresentou crescimento

acelerado da receita, em praticamente todas as linhas de produtos e regiões. “Estivemos realmente fortes com as vendas de novas licenças aumentando 83%, incluindo as aquisições, além de um crescimento orgânico de 56%. Com esses altos índices de crescimento, a Oracle está rapidamente aumentando sua participação no mercado de aplicativos”, completa Phillips.

SERVIÇOS ORACLE CERTIFICADOS

Para as empresas manterem a credibilidade, não basta saber oferecer o produto adequado ao cliente. O acompanhamento no pós-venda tem sido um dos grandes diferenciais de mercado. Alinhado à demanda atual, o Oracle Premier Support, serviço de suporte e atendimento ao cliente, ganha destaque e foi reconhecido e certificado com Certified Technology Service and Support pela empresa de marketing norte-americana, J.D. Power and Associates. Em parceria com a Service & Support Professionals Association (SSPA), a corporação realizou uma auditoria e analisou clientes de diversos setores. A análise verifica 195 pontos de cinco áreas da operação do serviço de atendimento como call centers, centros de reparo, suporte online, bate-papo em tempo real, suporte por e-mail, processos operacionais e serviços cobrados. Além disso, são consideradas também as entrevistas feitas com os clientes para avaliar a satisfação com o atendimento. O serviço de suporte da Oracle funciona globalmente e conta com 17 centrais localizadas na América do Norte, Europa, Oriente Médio, Ásia-Pacífico, Japão e América Latina. A certificação, porém, abrange serviços de suporte na América do Norte para tecnologia e aplicativos Oracle, incluindo os produtos PeopleSoft e JD Edwards.

PENSE E ACERTE

O PARCEIRO ORACLE MAIS CAPACITADO NA
REGIÃO NORTE-NORDESTE HÁ MAIS DE 10 ANOS

CONSULTORIA

- > OUTSOURCING
- > FÁBRICA DE SOFTWARE
- > SUPORTE A BD, IAS e RAC
ON DEMAND E 24 x 7
- > PROJETOS DE BI E PORTAL

TREINAMENTOS

- > ORACLE APPROVED
EDUCATION CENTER
- > LINUX E JAVA CENTER

PRODUTOS ORACLE

ORACLE CERTIFIED ADVANTAGE
PARTNER

ORACLE APPROVED
EDUCATION CENTER



PARCERIAS



SYSDESIGN Tel.: (71) 2103-0200 www.sysdesign.com.br

VITRINE



1 Fabiano Dalri - gestor de Canais do Produto Acesso e Segurança da Senior Sistemas (Ronda), Cacio Packer - gerente do Sistema Ronda e Alencar Berwanger - gerente do Produto Ronda durante Feira de Segurança Exposec, de 16 a 18 de maio em São Paulo.

1

2 Enio Issa, diretor-presidente do Grupo Ação, em apresentação no 5º Fórum de Canais Ação.



2

3 Antônio Fernandes, diretor de negócios da Mega Sistemas, em apresentação da solução Mega Manufatura em evento no Hotel Sofitel do Rio de Janeiro.



3



4 Janduy Coutinho, sócio-diretor da Unimix Tecnologia, Cristiane Santos, diretora de Alianças e Canais da Oracle do Brasil, Jonathas Silva, ex-Secretário de Segurança Pública e Justiça do Estado de Goiás e Clara Schreiner, diretora do Setor Público, de Estados e Municípios - Oracle do Brasil.

4

O melhor de vários mundos

O desafio da Oracle, depois das 16 aquisições, é integrar as melhores funcionalidades de todos os aplicativos numa única plataforma

Oportunidades de negócios são os principais benefícios proporcionados aos parceiros Oracle, após a consolidação das melhores capacidades de todos os seus produtos. Com o Oracle Fusion Applications, viabilizado pela plataforma de integração Oracle Fusion Middleware, as empresas podem migrar seus atuais sistemas, independentemente da companhia adquirida, para um conjunto unificado que reúne o melhor de vários mundos.

Jagdish Mirani, diretor sênior de Produtos e Marketing da Oracle Corporation, em visita ao Brasil no mês de fevereiro, explicou que antes das aquisições, as empresas tinham um processo complexo para a resolução de problemas. Agora, a unificação possibilita a oportunidade de criar soluções que reúnam as melhores práticas e, portanto, produtos mais estáveis e com tecnologia Oracle. “A consolidação é praticamente uma exigência de mercado, e não dos fornecedores”, observa Mirani.

As empresas buscam produtos que não demandem muitos esforços para a integração, prossegue Mirani, e a Oracle vem satisfazendo essa tendência. A partir dessa base consolidada, serão lançadas as próximas gerações desses componentes. “As semelhanças e as diferenças entre as soluções são os fatores que mais impulsionam a inovação, o que acelera o desenvolvimento de produtos e amplia as possibilidades de negócios”, explica o executivo.

A evolução desse novo conceito justifica o investimento de US\$ 20 milhões na aquisição das 16 empresas nos últimos 12 meses. Somada às novas carteiras de clientes, ao expertise em áreas nas quais a corporação ainda não



atuava, e à mão-de-obra especializada, representa um conjunto de vantagens também para o cliente, que pretende firmar parceria com um único fornecedor.

Os próximos passos para atender às necessidades do mercado são as certificações das aplicações, que devem ocorrer ainda neste ano. “Os primeiros releases serão anunciados em 2006, como o E-Business Suite. Até 2008, haverá uma conversão gradual”, constata Mirani. Os atuais clientes serão beneficiados com um upgrade após as certificações, sem a necessidade de novos investimentos em implementação.

Mas a Oracle não pára por aí. De acordo com Mirani, outra investida é a entrada no middle market. Como o portfólio aumentou, principalmente nas diversas verticais do mercado, os ISVs terão papel importante para o aumento da capilaridade da Oracle. “Vamos atender todos os setores da economia e como não podemos cobrir mercados muito específicos, contamos com os Independent Software Vendors”, conclui. *

Quem é o cliente

Diferenciar-se na multidão de fornecedores que assedia as empresas é uma tarefa que exige conhecimento do negócio para conquistar a confiança

A escassez de recursos e de tempo que pressiona os executivos de TI a sempre fazerem mais com menos, não facilita a tarefa do fornecedor de manter um relacionamento de longo prazo com o cliente. Uma vez conquistada a aproximação, cabe à revenda oferecer soluções de valor agregado, ou seja, demonstrar conhecimento sobre o negócio do cliente para apresentar à empresa o que pode, de fato, fazer a diferença para melhorar processos e saltar posições no ranking do mercado.

Assim funciona a parceria entre a Discover Technology e a Speedpak, especializada em logística. “Todas as propostas que pedimos à Discover vêm com uma contraproposta”, afirma Maurício Tadine, CIO da companhia. “Eu acho isso bom, pois normalmente tenho foco numa questão pontual e esse fornecedor nos mostra uma solução mais abrangente”, explica.

O relacionamento com a Discover começou há quatro anos, quando a Speedpak decidiu trazer de volta as instalações que estavam em regime de outsourcing na Dedalus para dentro da organização. De todas as cotações, a mais atrativa em prazos – um dos critérios mais importantes do cliente – era a da Discover, de 32 dias, sendo que as demais não entregavam o projeto em menos de 60 dias.

Como ela conseguiu cumprir o desafio, começou a expandir a atuação no cliente e hoje é uma das duas principais fornecedoras da empresa, desbancando inclusive a concorrência já estabelecida. “O fornecedor anterior estava desatualizado e não tinha condições de nos oferecer soluções de ponta”, explica Tadine. “A Discover, além de estar alinhada com novas tendências, promove palestras gratuitas para conhecermos novas soluções”, elogia o executivo.

DIRECIONAMENTO DE MERCADO

A observação da Speedpak vai ao encontro da opinião de Sandra Vaz, vice-presidente de Alianças e Canais da Oracle do Brasil. “Poucos perguntam para os clientes o que eles esperam e em geral eles precisam é de inovação”, constata Sandra. E acrescenta: “Cabe à revenda oferecer algo que valha o tempo do cliente”. E com isso entende-se serviços de valor agregado, evitando limitar-se ao pedido do cliente para buscar um entendimento do seu negócio e oferecer uma gestão mais eficiente.

Essa realidade vem em função do tempo e do investimento demandados pelo cliente, que >



Silva Junior, da Mega System: a revenda pode conhecer o negócio melhor do que o próprio cliente



TORNANDO O COMPLEXO, SIMPLES

A cada dia surgem novos padrões e tecnologias no mundo de TI. A **Discover Technology**, nos seus 10 anos de existência, esteve sempre à frente das tendências, identificando as exigências dos negócios de cada cliente e criando soluções altamente competitivas para suas necessidades, sem complicações. Na hora de implantar novas tecnologias, não arrisque, conte com a experiência da Discover.



ALÉM DA TECNOLOGIA, SOLUÇÕES

superabiz
soluções corporativas

ORACLE CERTIFIED ADVANTAGE PARTNER

Rua Alves Guimarães, 283 – CEP: 05410-000 – Jd. América – 11 3064-8004 - www.discover.com.br - www.superabiz.com.br



contabiliza cada centavo gasto. E nem sempre é o CIO quem vai decidir sozinho pela evolução tecnológica da corporação. Muitas vezes, até acontecer a batida do martelo, a avaliação passa pelo departamento de marketing, vendas, produção e principalmente pela área financeira, responsável pela autorização da iniciativa.

De acordo com Sandra, o profissional que representa a empresa no cliente precisa estar capacitado, não somente no segmento em que atua, nas tendências tecnológicas e no negócio do cliente, mas também preparado para entender da própria concorrência. “Se ele conseguir ter comunicação com os demais fornecedores, é uma ótima forma de buscar oportunidades”, observa a executiva.

Ela exemplifica que, se um cliente tem uma necessidade tecnológica e não sabe que o fornecedor a oferece, ele normalmente consulta outros que imagina poder atendê-lo. Nesse ponto, é que entra o olho atento desse provedor, que numa conversa informal pode obter conhecimento da demanda e mostrar o que é possível oferecer ou mesmo indicar um parceiro, aumentando sua participação junto ao cliente.

O LADO DO CONSUMIDOR

Quem compra produtos e serviços de tecnologia tem seus fornecedores preferidos por diversas razões, seja preço, prazo ou portfólio de soluções. Mas também existe um perfil desejado

Uma revenda deve **manter o equilíbrio** entre a insistência e a indiferença



dos representantes de vendas que faz a diferença. “Uma revenda deve acompanhar o cliente ao máximo e manter sempre o equilíbrio entre a insistência e a indiferença”, resume o diretor de tecnologia da Tok&Stok, Nilton José Carvalho.

Outra atitude importante é a reação do fornecedor diante de um problema com a solução comprada. Todos os clientes querem contar com a empresa não somente na hora de fechar negócio, mas principalmente quando algo não funciona, pois a responsabilidade e o comprometimento determinam o relacionamento futuro.

O conhecimento das soluções e dos negócios também consiste no fator de sucesso para uma revenda bem-sucedida. “A especialização é muito importante e não podemos negar o valor das certificações, imprescindíveis quando a empresa se propõe a dar suporte a instalação e o uso do produto”, acrescenta Carvalho.

O diretor executivo da Mega Sistemas, José Carlos Silva Jr., explica que a revenda pode conhecer o negócio melhor do que o próprio cliente, o que é muito positivo para apoiar as decisões das companhias. A Mega detectou oportunidades nas verticais de educação, construção e manufatura por meio de ações de relacionamento, que envolvem visitas, contatos periódicos, conversas informais e eventos.

A Bertini também acredita na constante geração de oportunidades e desenvolveu várias estratégias para esse fim, que incluem prospecção, mapeamento das oportunidades (técnicas e comerciais), proximidade com o cliente e desenvolvimento de processos. Tudo isso com acompanhamento de um gerente de projetos e outro de contas, e depois de concluído, entra em cena a pesquisa de satisfação do cliente, o que também ajuda na formação de novos negócios. *

Sandra Vaz, da Oracle: o profissional que representa a empresa no cliente precisa entender da própria concorrência





I am JD Edwards

Se você conhece JD Edwards,
a Oracle quer conhecê-lo!

A Oracle quer conhecer os vendedores, consultores e pré-vendas com know how em JD Edwards. Para isso, convidamos você a acessar o site <http://partner.oracle.com/brasil>

Clique no banner da campanha "I am JD Edwards" e cadastre-se. Receba um prêmio especial da Oracle e tenha a oportunidade de participar de inúmeros eventos e treinamentos com certificações Oracle JDE, entre eles JDE Sales Champion e JDE Implementation Champion.

ESPECIALIZE-SE!

ORACLE®
JD EDWARDS WORLD

ORACLE®
JD EDWARDS ENTERPRISEONE

ORACLE®
PARTNERNETWORK



Rumo ao topo

A aquisição da empresa de sistemas de CRM mais popular do mundo leva a Oracle rumo ao topo do mercado de aplicativos

A liderança é um dos objetivos mais perseguidos em todos os mercados. Quanto maior for a atuação da empresa, maior é o desafio de ocupar o topo dos diversos rankings nos mais variados segmentos. Não é diferente com a Oracle. Com a compra da Siebel, líder absoluta em CRM (Customer Relationship Management), a corporação também prossegue com a estratégia de conquistar a liderança, desta vez, no mercado de aplicativos.

A aquisição da Siebel demandou US\$ 5,85 milhões e, além de posicionar a Oracle na liderança do mercado de CRM – passo fundamental para ocupar a primeira colocação em aplicativos –, abre as portas em grandes clientes para outros produtos Oracle. “Os clientes de CRM da Siebel são os mesmos que adquiriram sistemas de gestão do nosso maior concorrente”, lembra Luiz Meisler, vice-presidente sênior da Oracle para a América Latina. Sem falar na perfeita combinação entre duas empresas com pontos fortes diferentes, com a Oracle focada no back office e a Siebel no front office.

O executivo afirma que as oportunidades são grandes com a parceria. Em geral, os clientes da Siebel só têm os módulos de finanças do principal concorrente. Além disso, segundo o Gartner, apenas 6% dos clientes SAP utilizam a última versão do ERP da empresa, os outros 94% utilizam versões do R/3 para trás. Isso se



Meisler, da Oracle: grandes oportunidades com a parceria

explica pela complexidade da migração e os altos custos, comparáveis a uma nova instalação. Ponto para a Oracle, que ainda inova na forma de vender seus produtos: os clientes podem comprar tanto por licenças quanto pelo produto em si, baseado em web.

Para atender ao modelo de negócios baseado em outsourcing, a Oracle também oferece o CRM On Demand, pelo qual empresas de todos os portes e verticais de mercado utilizam os aplicativos com custos mais competitivos e sem a necessidade de manutenção e atualização. Os objetivos são proporcionar mais funcionalidades, aumentar as vendas e organizar processos de serviços e gerenciamento, além de promover o rastreamento de informações.

MERCADO ESTÁVEL

No mundo, são mais de 4 milhões de usuários em 4 mil organizações que utilizam as soluções da Siebel. Na América Latina, Meisler garante que os sistemas de CRM têm potencial de crescimento para acima de dois dígitos, principalmente pela contribuição da Oracle com o seu modelo de vendas indireto, diferente do que existia na Siebel. Os planos do vice-presidente têm apoio do mercado. O Quadrante Mágico do Gartner deste ano, por exemplo, posicionou a Siebel como líder das aplicações de CRM, confirmando que a Oracle oferece a suíte mais completa do mercado, além de se integrar com facilidade e a custos competitivos com sistemas de outros fabricantes.

“O mercado ganha bastante com essa aquisição”, diz o gerente sênior de consultoria empresarial da Deloitte, Alexandre Arevalo, lembrando que a disputa pelos clientes ficou polarizada entre dois players, já que a Peoplesoft e a Siebel foram adquiridas pela Oracle. “Vai vencer quem oferecer a solução mais robusta, e apesar de a SAP ter uma base de ERP maior, a Siebel é a melhor”, garante o consultor.

Ele exemplifica que a parte de aplicações móveis da Siebel possui uma sincronização de conteúdo que permite a aplicação em coleta de pedidos em campo, ganhando mais espaço no mercado de bens de consumo. “Um bom exemplo é a indústria farmacêutica, que precisa de mobilidade e acabou desenvolvendo soluções

proprietárias para isso”, acredita Arevalo, apostando no potencial desse mercado. Segundo ele, os “bons projetos” de CRM terão vez. “Como a intenção das empresas é ter uma base consolidada de informações dos clientes, esse mercado sempre vai ter um bom espaço”, conclui.

ESTRUTURA ATUAL

Para continuar garantindo esse espaço e também os investimentos dos clientes, a Oracle projetou o Fusion Applications, que foi criado para ampliar e enriquecer as funcionalidades das atuais soluções do portfólio Oracle. Com as melhores práticas de negócios, todos ganham: a fabricante de software, por antecipar-se ao que o mercado espera; os clientes, porque diminuem o custo de propriedade; e os parceiros, por ampliarem a capacidade técnica e comercial, ao oferecerem soluções baseadas em uma tecnologia de ponta, robusta e confiável.

O presidente mundial da Oracle, Charles Philips, garante que a empresa não vai descontinuar o suporte e irá aprimorar o produto, com planos de desenvolvimento orientados pelo cliente e mantendo a mesma política de preços. Esse compromisso foi consolidado com o programa “Applications Unlimited” (aplicativos sem limitações), anunciado por Philips no mês de abril. “Com esse anúncio, damos aos clientes o melhor de ambos os mundos – mais valor com seus aplicativos existentes, ou seja, aqueles que planejamos continuar aprimorando indefinidamente, e uma opção sem custo para tecnologias futuras”, conclui Philips.*

Arevalo, da Deloitte:
nesse mercado vence
quem tiver a solução
mais robusta

Deloitte

O futuro é o canal

Vice-presidente mundial de Alianças e Canais da Oracle afirma que o ecossistema de parceiros é fundamental para o sucesso

Doug Kennedy, vice-presidente mundial de Alianças e Canais da Oracle, comanda uma equipe de 950 pessoas e seus desafios são de proporções globais. Entre eles, expandir o relacionamento com novos mercados e implementar um gerenciamento centralizado dos parceiros para garantir maior cooperação, planejamento e execução em nível mundial. Para cumprir essa meta, ele deve resgatar sua experiência de 15 anos na Oracle, dos quais dez dedicados à organização de alianças. Passou também pelos serviços de suporte, gerenciando o suporte empresarial e o fornecimento dos serviços avançados (Advanced Product Services) aos maiores clientes da corporação. Sobre a estratégia da Oracle, Kennedy concedeu a seguinte entrevista à Partners Ecosystem:

PARTNERS ECOSYSTEM: ALÉM DA EXPANSÃO EM NOVOS MERCADOS E CENTRALIZAÇÃO DO GERENCIAMENTO DOS PARCEIROS, QUAIS SERÃO OS SEUS PRINCIPAIS DESAFIOS E EXPECTATIVAS NESSE CARGO?

Doug Kennedy: Logo que assumi, Charles Phillips, presidente mundial da Oracle pediu para que eu me concentrasse em diversas atividades, entre elas na captação e na medição do impacto dos parceiros nos negócios da Oracle, no estabelecimento de relações mais estreitas com nossos principais integradores de sistemas (SIs) e, ainda, na evolução e amadurecimento do Oracle PartnerNetwork, que é a iniciativa que usamos para gerenciar nossas interações diárias com os parceiros.

PARTNERS: QUAL É A IMPORTÂNCIA DESSA ÁREA PARA A ESTRATÉGIA GERAL DA ORACLE?

Kennedy: O ecossistema de parceiros da Oracle é fundamental para o nosso sucesso. No nosso último ano fiscal, 47% da receita mundial com licenças foi originária dos parceiros e uma porcentagem significativa das transações da Oracle é influenciada por eles (uma contribuição que não é incluída na medida dos 47%). Mas sabemos que mais de 90 mil transações anuais são feitas com os canais.

PARTNERS: QUAL É O CRESCIMENTO MÉDIO DOS PARCEIROS DA ORACLE NO MUNDO?

Kennedy: A comunidade de parceiros cresceu 13% no ano passado. Essa cifra não inclui os parceiros da Siebel que estão em processo de migração para a OPN. Temos mais de 7.500 ISVs, um aumento de 10% em comparação ao ano passado.

PARTNERS: ANTIGAMENTE, OS DIFERENTES CANAIS CONCORRIAM ENTRE SI. AGORA, A ORACLE INCENTIVA UM ECOSSISTEMA DE PARCEIROS. O QUE MUDOU E POR QUÊ?

Kennedy: Os parceiros diferenciam-se entre si por qualidades distintas. Isso poderia incluir serviços, soluções, abrangência das ofertas, localização ou capacidade de financiamento. Nosso objetivo é oferecer mais oportunidades à comunidade de parceiros, especificamente àqueles que estão comprometendo mais do seu modelo de negócios com a venda e o atendimento dos produtos e aplicativos da Oracle.

PARTNERS: QUAIS SÃO AS PRINCIPAIS AÇÕES COM OS PARCEIROS NO MUNDO TODO?

Kennedy: A primeira, evidentemente, é o Fusion. Como adquirimos vários fornecedores de aplicativos líderes de mercado, desenvolvemos uma arquitetura que fornece uma infra-estrutura para atualizar essas tecnologias para a plataforma de computação de aplicativos da próxima geração. O poder por trás da Arquitetura Oracle Fusion é o Oracle Fusion Middleware.

PARTNERS: COMO OS PARCEIROS SE BENEFICIAM DAS ESTRATÉGIAS DO ORACLE FUSION?

Kennedy: O Oracle Fusion Middleware oferece aos parceiros um conjunto de ferramentas de padrões abertos, recursos ricos e funcionais e uma estratégia viável para se expandir e evoluir para uma arquitetura orientada a serviços (SOA). Além disso, a Oracle está adotando o Oracle Fusion Middleware como infra-estrutura dos aplicativos Oracle. Os parceiros devem buscar instrução sobre o Oracle Fusion Middleware, que oferece suporte total ao SOA. O Oracle PartnerNetwork é um ótimo recurso para consulta das nossas iniciativas.

PARTNERS: QUAIS SÃO AS DIFERENÇAS ENTRE A AMÉRICA LATINA E O RESTO DO MUNDO EM RELAÇÃO ÀS POLÍTICAS DE CANAIS E ALIANÇAS?

Kennedy: Há quatro anos, a Oracle da América Latina mudou sua estratégia de vendas diretas para multicanais, apostando nos parceiros para a ampliação da cobertura de vendas. No ano fiscal de 2002, as vendas indiretas da América Latina representavam 15%. Hoje, elas já totalizam 62% e o crescimento nos anos fiscais de 2005 e 2006 registrou 30%. Ou seja, 90% das transações de licenças na região são feitas pelos parceiros. Além disso, as distâncias geográficas da região e o alto número de clientes de pequeno e médio portes são razões importantes para a busca de cobertura por meio de parceiros de negócios.

PARTNERS: SERIA POSSÍVEL MENCIONAR ALGUM PROJETO NA AMÉRICA LATINA EM MELHORES PRÁTICAS?

Kennedy: A América Latina tem várias iniciativas que demonstram sua experiência e liderança no assunto e um bom exemplo é a taxa

de renovação dos parceiros no Oracle PartnerNetwork, que é a melhor do mundo, 84% no ano fiscal de 2006. Além disso, a comunidade de parceiros cresceu 17% e as certificações 188%.

PARTNERS: QUAIS SÃO OS MAIORES DESAFIOS DA ORACLE PARA ALIANÇAS E CANAIS?

Kennedy: O segredo do nosso sucesso no futuro será a competência dos nossos parceiros. Para isso, precisamos nos concentrar na sua capacitação. Queremos oferecer treinamentos adequados para que eles se tornem qualificados no uso dos recursos das soluções Oracle, em como vendê-las e em como implementá-las. Uma outra área de foco para nós é o amadurecimento do programa Oracle PartnerNetwork. Queremos mantê-lo competitivo e atender às mudanças das necessidades do nosso ecossistema de parceiros e às mudanças que a própria Oracle vem fazendo nos negócios. *





Eventos Corporativos

Quanto mais distantes do local de trabalho e exóticos, maior é a garantia do sucesso



Ciragan Palace Hotel

© 1

Já foi época que evento corporativo era sinônimo de convenção de vendas. Isto mudou. Os eventos das empresas se multiplicaram de tal forma que muitas vezes os participantes nem sabem direito por quê estão ali. Além de vendas, há hoje encontros para todos os gostos: campanhas de incentivo, reconhecimento profissional, relacionamento com clientes e parceiros, entre tantos outros. Para motivar pessoas e garantir a atenção – situação agravada por indisciplinados celulares e e-mails – eventos precisam ser feitos longe das instalações das empresas. Quanto mais exótico e surpreendente o lugar, melhor. O problema é que está tudo ficando muito parecido, com a perda do efeito uau – aquela sensação de quero mais.

De olho nesse desafio, ouvimos Carlos Piazza (carlos.piazza@uol.com.br), um especialista de marketing, que surpreende os participantes de eventos com iniciativas de impacto e inesquecíveis. Com 29 anos de atuação

na área em empresas como a Dataprev, American Express, Credicard, Nextel, ele administrou encontros de toda ordem, em lugares exóticos ou diferenciados no Brasil e exterior. Piazza lembra: “Em Istambul, levamos do Brasil quatro toneladas de cenários para um jantar de encerramento e conseguimos um feito inédito: um concerto fechado na Hagia Irene, uma igreja bizantina construída no século 3 por Justiniano. Em Praga, promovemos um coquetel no Monastério de Astrov, onde se encontram os mais antigos globos terrestres do mundo. Na Escócia, fizemos um jantar com menu celta, em castelo do século 17, com os homens vestindo kilt”. No Brasil, ele destaca um jantar na barragem de Itaipu para 4.500 pessoas.

Para quem pensa em realizar algo do gênero, pesquisamos alguns lugares interessantes que atendem gostos refinados e bolsos variados, e os classificamos por temas. Faça a sua escolha!

ECOTURISMO: Mesmo que você deteste mosquitos, frio e chuva, nada mais na moda que se sentir zen e em harmonia com a natureza. Neste quesito, a agência Freeway (www.freeway.tur.br), com tradição no assunto, dá quatro alternativas:

L'ÚNICO HOTEL Pousada

(www.lunicohotel.com.br), na praia do Espelho, Bahia, entre vegetação intocada, promete sossego, pássaros e brisa. Em estilo mediterrâneo, oferece passeios de barco com mergulhos e baleias, caminhadas, e expedições em veículo 4 X 4.

A FAZENDA RIO NEGRO

(www.fazendarionegro.com.br), com quase 8 mil hectares, fica no Pantanal sul-mato-grossense. Fundada em 1895, foi cenário da novela Pantanal. Ao se hospedar no lugar você contribui para a preservação e pesquisas científicas.

HOTEL SÃO GOTARDO

(www.hotelsaogotardo.com.br), a 1750 metros, junto ao Parque Nacional de Itatiaia, permite integração com a natureza, onde não faltam esportes radicais, trilhas, trutas, e passeios entre araucárias e cachoeiras.

ILHA DO PAPAGAIO

(www.papagaio.com.br), em Santa Catarina, promete para horas off-duty esportes de aventura: parapente, rafting, trilha, caiaque, barco ou lancha para mergulho, passeio, pesca, ski e bóia cross, rapel e tirolesa.



Banquete na Ilha do Papagaio

INTERNACIONAL: Se for para jogar pesado e em esquema internacional, o grupo chileno Explora (www.explora.com) é imbatível com seus hotéis luxo rústico-natureza, no deserto de Atacama e Patagônia. Cercados de beleza natural já da janela do quarto, a rede é famosa pela hospitalidade e fartura de opções para excursões.

VIDA DE SULTÃO

O Ciragan Palace, na Turquia (www.kesit.com/istanbul/ciragan) em frente ao canal de Bósforo, é uma pérola do exotismo da hotelaria mundial. A última residência dos sultões otomanos oferece refeições servidas em uma coleção de jóias para o uso cotidiano, como xícaras de ouro e esmalte cravejadas de diamante, além de uma prataria.

GELADEIRA DE LUXO

Existem dois hotéis do planeta construídos a cada inverno, e que viram água na primavera. O primeiro é o Ice Hotel, na Lapônia, Suécia (www.icehotel.com), feito com 10 mil toneladas de gelo e 30 mil de neve. O outro é o Hotel de Glacê, em Quebec, Canadá (www.icehotel-canada.com).



Ice Hotel, na Lapônia, Suécia: feito com 10 mil toneladas de gelo

DORMINDO COM OS PEIXES

Mas se você não se sentiu atraído por qualquer das alternativas, há um lugar ideal. Trata-se do Hydropolis, um hotel subaquático em construção em Dubai, nos

Emirados Árabes, (www.hydropolis.com) que deve ser inaugurado em 2007. O projeto de US\$ 550 milhões oferecerá 220 suítes de luxo a 20 metros de profundidade do Golfo Pérsico.



Aguiar, da Oracle:
jantares preparados
em eventos da Oracle

Dose dupla

Mesmo bem-sucedidos em suas carreiras, alguns profissionais se lançam em outras atividades totalmente diferentes e mais uma vez conquistam o sucesso

Muitos profissionais de prestígio não se imaginam fazendo outra coisa diferente do trabalho que escolheram. Outros são igualmente bem-sucedidos, mas sonham colocar em prática o famoso plano “B”. E ainda há um terceiro grupo que consegue conciliar as duas atividades, com toda a dedicação que elas merecem.

Um exemplo é Odair Aguiar, vice-presidente de Customer Care da Oracle para a América Latina. Desde a infância, ele achava admirável o ato de cozinhar. Por que não começar a trabalhar com alimentos? A idéia surgiu quando o restaurante paulistano Parigi lançou um livro de receitas, e, por ser um cliente regular, Aguiar o recebeu de presente.

A partir da primeira receita que ele testou, adotou a idéia de cozinhar como hobby, para equilibrar o estresse, reunir pessoas e descontraí-las. Começou a preparar jantares em casa, a convidar amigos que também gostavam de cozinhar até que resolveu ser chef por um dia num restaurante nos Jardins, bairro paulistano. O desafio foi preparar um jantar completo para 80 pessoas. “Já fiz isso quatro vezes e só não faço mais porque viajo muito”, empolga-se o vice-presidente.

©1



Ramalho, escritor: entre a cadeira do escritório e o selim da bicicleta

© 2

O outro desafio é conciliar as duas atividades, que nem sempre se ajustam pelo tempo que ambas demandam. Mas, felizmente, elas se complementam, tanto que Aguiar já preparou jantares para clientes em eventos da própria Oracle. “Todos me perguntam se a gastronomia é meu plano ‘B’, mas na verdade é meu plano ‘A’, brinca o executivo, que leva tão a sério a atividade que já fez curso de harmonização de vinhos e viajou no mês de abril para a Europa com o objetivo de conhecer os restaurantes três estrelas do Guia Michelin, um dos mais prestigiados da gastronomia internacional.

Outro profissional que casa os interesses dos bits e bytes com os prazeres da mesa é Laércio Consentino, presidente da Microsiga. Formado em Engenharia Eletrotécnica pela Universidade de São Paulo, a carreira iniciada em tecnologia teve uma paixão paralela. “A gastronomia se fez presente em minha vida após anos e anos freqüentando diversos restaurantes de diferentes culinárias”, diz ele.

O detalhe de cada prato e a combinação de ingredientes despertaram o seu interesse. Para dar um empurrãozinho, diversos amigos também se interessaram por cozinhar. Estava pronto o cenário para a inauguração do restaurante La Brasserie Erick Jaquin, especializado em culinária francesa. “A idéia de montar um restaurante era antiga e tornou-se realidade quando fui convidado a fazer parte da sociedade com um arquiteto, um empresário e um excelente chef”, diz ele. O segredo para se dar bem em tudo? “Dedicação, objetividade e muito trabalho”, responde.

ATIVIDADE FÍSICA EM ALTA

Há também os profissionais que buscam o contraponto e uma fuga do trabalho sedentário. Essa foi a motivação do fotógrafo e escritor José Antônio Ramalho que, aos 42 anos, resolveu trocar a rotina diária na cadeira do escritório pelo selim da bicicleta. “Isso aconteceu quando meu peso atingiu três dígitos na balança”, justifica ele. ➤



Morador de São José do Rio Preto, interior de São Paulo, começou a pedalar 10 quilômetros por dia, até totalizar 40 quilômetros. Após um ano, diminuiu 15 quilos e incorporou de vez o hábito. Tanto que começou a associá-lo às viagens de aventura.

Conheceu um jornalista que cultivava o mesmo hobby e planejou com ele fazer o caminho de Santiago de Compostela, no Norte da Espanha. Como dois anos antes Ramalho saíra num bimotor com um piloto até o Alasca, numa jornada de 47 dias, já tinha experiência em viagens radicais.

Partiu de bicicleta rumo à estrada, equipado com câmera fotográfica, notebook e celular. Criou um site que alimentava diariamente ao longo da viagem, patrocinada por empresas da área de Tecnologia da Informação, que durou 15 dias, na qual foram percorridos 1.100 quilômetros. “Tornei o lazer uma maneira criativa de viver. Além disso, tenho um ganho extra que é ficar em forma e isso me motiva bastante”, justifica Ramalho.

Tudo isso associado ao conhecimento de outras culturas, o contato com a natureza e, ainda, o investimento na saúde. Para ele, enquanto uns pagam planos de previdência privada para poder comprar remédios, Ramalho quer gastar o dinheiro da aposentadoria viajando. E com saúde.

Já o editor de informática da Folha de S.Paulo, Rodolfo Lucena, compartilha da mesma experiência de Ramalho. Hoje, aos 49 anos, conta que foi sedentário até oito anos atrás, apesar de na época fazer caminhadas na praia vez por outra. Um dia resolveu correr e não parou mais: participou da Volta da USP, cumprindo os oito quilômetros; correu duas meia maratonas (21 quilômetros) no Rio de Janeiro e Campinas; participou da São Silvestre e aproveitou para participar de competições em outros países.

As experiências foram tantas e impressionaram tanto o jornalista que ele resolveu lançar um livro sobre o assunto: Maratonando – desafios, descobertas nos cinco continentes, em que relata uma série de reportagens sobre as culturas dos países que conheceu por meio de provas e a própria trajetória como esportista. “Faço das minhas maratonas destinos turísticos e isso me ajuda em todos os aspectos da vida”, finaliza.

Em meio às atividades tradicionais do dia-a-dia, esses profissionais ganham o brilho do inusitado e os resultados da vida em dose dupla são tão positivos que, unânimes, afirmam ter um estilo ao alcance de qualquer pessoa. Segundo eles, basta avaliar seus sonhos e colocá-los em prática. *



Lucena da Folha de S.Paulo que lançou o livro “Maratonando— desafios, descobertas nos cinco continentes”

A meia maratona Broloppet, com percurso entre Dinamarca e Suécia com participação de Rodolfo Lucena





MEGA
Manufatura

Produzindo melhores resultados.



**Produtividade: esta é a
Matéria-prima do
Mega Manufatura.**

O **Mega Manufatura** permite ações como o planejamento de necessidades futuras, controle de custos, capacidade produtiva, controle de estoque (matérias primas, semi-acabados, produtos finais), programação das atividades de produção, controle sobre os recursos de cada setor, previsão de prazos e, com isso, garante a competitividade que a sua empresa sempre teve no mercado.

manufatura@mega.com.br



A sua
empresa
pronta para
o futuro

0800-7706644 - www.mega.com.br

ORACLE CERTIFIED PARTNER



**O software de gestão
que garante a rentabilidade
do seu empreendimento.**



MEGA
Construção

Mais eficiência por m²



Mega Construção. O seu empreendimento com a ferramenta certa.

Utilizando nosso sistema você viabiliza seus empreendimentos até sua completa comercialização, desde os estudos iniciais, passando pela gestão de vendas e controle total da obra, atendimento ao cliente, controle de qualidade e análise gerencial. Com o Mega Construção é assim: você constrói hoje e sempre.

construcao@mega.com.br



Para construir o sucesso de sua empresa, é fundamental ter um RH estratégico com a melhor tecnologia do mercado.



NÃO IMPORTA O TAMANHO DE SUA EMPRESA, NEM A COMPLEXIDADE DE SEUS PROCESSOS.
A EN-SOF RH TEM A MELHOR SOLUÇÃO CUSTO-BENEFÍCIO, ADEQUADA AO SEU ORÇAMENTO.

• Alta Performance e Flexibilidade • Agilidade de Implantação • Simplicidade na Utilização • Otimização dos Processos de RH.

SOLUÇÃO WEB ACESSÁVEL DE QUALQUER LUGAR E A QUALQUER MOMENTO

Há mais de uma década orientando empresas com a mais eficiente parceria do mercado. A Oracle que o diga.

DIVISÃO DE CONSULTORIA E SERVIÇOS - Disponibiliza diversas modalidades de Serviços aos nossos Clientes, objetivando atendê-los em suas várias necessidades.

- Body Shop, disponibilizando Diversos Perfis de Consultores segundo a demanda de nossos Clientes e pelo período que for necessário;
- Development Center, para Desenvolvimento sob Medida e por Empreitada Global;
- Support Center de Banco de Dados e Sistemas Operacionais "On Demand", "Full Time", 24 x 7, In Company e/ou Remoto...
- Outsourcing e On Outsourcing de Sistemas - Manutenções Preventivas, Corretivas e de Melhoria, bem como novos Desenvolvimentos;
- Fábrica de Software, Para Desenvolvimento "On Demand" de Sistemas ou Codificação e Implementação de Programas;
- Outsourcing e On Outsourcing do Ambiente Computacional, com processamento no próprio Cliente ou na EN-SOF
- PROJETOS ESPECIAIS - Business Intelligence, Redesenho de Processo de Negócios e de Planejamento Estratégico de Informática - PEI.

DIVISÃO DE TREINAMENTO - OAEC - Oracle Approved Education Center, o maior Centro de Treinamento Oracle da América Latina, ministra todos os Cursos da linha Oracle, e também Linux e JAVA.

DIVISÃO DE SOLUÇÕES, SERVIÇOS E FERRIMENTAS - Soluções de Recursos Humanos e Folha de Pagamento (nas Modalidades Licença de Uso, ASP e Terceirização das Atividades Operacionais de RH).

REVENDA ORACLE - Comercializa toda linha de produtos Oracle.

Temos sempre uma boa solução para o sucesso de seu Projeto. Antes de iniciá-lo, consulte a EN-SOF!



ORACLE
PARTNER NETWORK

ORACLE
CERTIFIED
SOLUTION
PROVIDER

ORACLE
CERTIFIED ADVANTAGE
PARTNER

Competência e Compromisso

Rua Luis Coelho, 320 4º/340 7º andar, Cerqueira Cesar, CEP 01309-000, São Paulo, SP Fones (011) 3258.0500 (011) 3231.0411 www.en-sof.com.br