



TI auxiliando nas Fusões de Negócios

Essa semana teve início com o anúncio da unificação das operações entre o Itaú Unibanco e a Porto Seguro. Acordos como esse já não são tão raros, e podem ser observados em todos os setores da economia.

Se voltarmos alguns anos no tempo, facilmente identificamos grandes direcionadores e estratégias de negócios que marcaram a forma das empresas na administração e evolução do business. Há mais tempo ainda tivemos a era da **especialização**, na qual cada empresa buscava tornar-se mais competitiva nas suas respectivas segmentações. Nesse período tudo era desenvolvido “em casa”, desde processos produtivos até os administrativos. Foi a grande fase dos sistemas de Tecnologia da Informação desenvolvidos internamente, os chamados “taylor made”, ou seja, feitos sob medida.

Com o passar do tempo as empresas perceberam que nem sempre criar era a melhor estratégia, e veio a era do copiar, que recebeu o nome de benchmarking. A adoção de **processos comuns**, feitos de acordo com best practices tomaram lugar de destaque e deram origem aos pacotes de soluções de TI.

O diferencial não era mais a especialização e sim a capacidade de integrar, de gerar informações. A TI teve o desafio de se adaptar ao novo modelo e saber implantar pacotes, entender de arquitetura e buscar o máximo de integração com os chamados “legados” para disponibilizar grande quantidade de dados em informação executiva.

Deste contexto, movido pela globalização, pelo dinamismo de mercado e pelas oscilações da economia, surge uma nova prática cada vez mais frequente e intensa: **as fusões**. Não importa se já fazia parte da estratégia de crescimento das empresas, ou ainda, se o momento econômico instável favorece a prática até para sobrevivência, o fato é que cada vez mais as empresas estão adotando o modelo de fusões.

Com os últimos casos de fusões e aquisições, como o exemplo do Itaú Unibanco e Porto Seguro, alguns fatos podem ser observados: se por um lado, uma gigante se forma, por outro, diminui o espaço para empresas especuladoras que, muitas vezes, quebram suas operações por uma governança ineficiente ou até mesmo de forma intencional.

Em muitos casos, essa ação de “tornar-se grande” pode ser vista como positiva para os clientes, ou seja, grandes corporações devem, na sua essência, oferecer serviços de qualidade garantindo ao mesmo tempo a tranquilidade de sustentabilidade aos usuários de seus produtos e serviços. O lado negativo fica por conta do risco de mercado, onde quanto maior o número de fusões e/ou aquisições, menor é o número de empresas concorrentes, e é evidente que concorrência é a melhor forma de termos preços e serviços justos no mercado.

De um modo geral, a TI passa por um novo desafio: a integração de várias operações, e não apenas dos sistemas da sua empresa. Uma das medidas mais importantes agora é ter seus processos e serviços bem definidos para facilitar que as fusões aconteçam de forma rápida e eficiente, sem deixar rastros ou provocar despesas exageradas. A própria Tecnologia da Informação não pode contribuir para a duplicação de seus custos. Em fusões, quando tratamos de custos, um mais um tem que ser menor que dois. O grande



desafio da TI é agilizar a fusão e/ou aquisição além de incentivar o business a adotar as melhores soluções de TI, mesmo que algumas estejam do lado de quem está sendo comprado.

Ronei Silva é diretor da TGT Consult. Atuou no Gartner como diretor de consultoria desenvolvendo as práticas *IT Strategy, It Governance, IT Sourcing e Business Cases Development*. Foi CIO da Pepsi e Unilever. É pós-graduado em economia e possui experiência de pesquisas de Estratégia de Tecnologia da Informação e de *IT Sourcing* pelo MIT (*Massachusetts Institute of Technology*).

Sobre a TGT

Com mais de dez anos de mercado, a TGT Consult é composta por ex-diretores do Gartner, e faz consultoria em Estratégia, Arquitetura, Processos e Governança, além dos tradicionais diagnósticos de outsourcing e de TI customizados para o mercado brasileiro. Com atuação nacional e internacional a empresa conta com clientes como Nestlé, Vale, Sul América, Globo, TAM, Vivo, Petrobras, Souza Cruz, Sadia, Grupo Fiat, entre outros.

Mais informações:

Assessoria de Imprensa

Fundamento Comunicação Empresarial

Katia Silva – ksilva@fundamento.com.br

(11) 5095-3871