

EMPRESAS

SAÚDE

Alemães desenvolvem desinfetante de alta eficiência contra infecções hospitalares

Um novo tipo de desinfetante de ação instantânea e de alta eficiência contra bactérias, vírus e fungos será divulgado em artigo na edição de fevereiro do *Journal of General Virology*. De acordo com os autores, do Instituto Robert Koch, em Berlim, a fórmula poderá ser usada na desinfecção de instrumentos cirúrgicos e auxiliar na redução de infecções hospitalares, um dos principais problemas de saúde pública.



Yoshikazu Tsuno/AFP

VIDEOGAMES

Sony adia lançamento de controle de PlayStation 3 sensível a movimento

A empresa japonesa adiou o lançamento, previsto para o segundo semestre de 2010, de um controle sensível a movimentos para PlayStation 3. O controle, que quando usado com uma câmera especial, detecta o movimento da mão do usuário e a localização do jogador, vai concorrer com o console Wii da Nintendo. O Wii, que supera as vendas do PS3 e do Xbox 360 da Microsoft, tem um controle que permite executar movimento diretamente na tela.

Brasil é primeira parada no plano global da Logica

Empresa britânica de serviços de tecnologia começa 2010 no país em busca de mais receita fora da Europa ocidental



Carlos Eduardo Valim
cvalim@brasileconomico.com.br

O francês Serge Dubrana assumiu a posição de executivo chefe de operações globais da empresa britânica de serviços de tecnologia da informação Logica no primeiro dia de 2010 e, já no dia 5 de janeiro, partiu para São Paulo. A escolha do Brasil como primeira escala para conhecer melhor os mercados pelos quais será responsável faz parte de uma estratégia geral da companhia.

A Logica chega este ano à última fase de seu plano de expansão iniciado em 2008. A missão para 2010 é estabelecer

um crescimento superior ao dos concorrentes diretos, depois de, nos últimos dois anos, já ter integrado ao grupo as aquisições feitas e recuperado o crescimento médio do mercado.

A companhia tem 90% de seus negócios na Europa e, como forma de atingir a expansão projetada, busca ganhar espaço maior e aproveitar os recursos de novos mercados, em especial alguns emergentes, como o Brasil.

“Somos uma empresa eurocêntrica. A nossa estratégia é ser a terceira maior no continente como já somos na França”, afirma Dubrana. Fundada em 1969

As áreas prioritárias para a companhia no mercado brasileiro são energia, finanças, telecomunicações e manufatura

em Reading, na Inglaterra, a Logica passou anos focada no mercado britânico e ganhou abrangência continental com as aquisições de empresas de outros países feitas na última década, como a da holandesa CMG e da portuguesa Edinfor, que era o braço de tecnologia da informação do grupo energético EDP.

Essa última compra trouxe uma das principais características da atual operação da Logica no Brasil, o expertise no segmento de energia. A Edinfor tinha seus negócios atrelados à EDP e o desafio foi buscar outros clientes do segmento. Hoje eles somam 15. Por esse motivo, o país terá

este ano um centro de excelência para o setor energético, assim como o existente em Portugal.

A empresa estabeleceu seis setores como foco no mundo: finanças, telecomunicações, petróleo e gás, energia e água, transportes e governo. Para o Brasil, além de desenvolver o conhecimento local para o setor energético, que também é o que traz mais receita, há planos de ampliar operações em finanças, telecomunicações e manufatura. Outra iniciativa para crescer localmente está em buscar contratos internacionais para o Brasil.

Entre os principais concorrentes no país estão as consul-

EQUIPAMENTOS**Cisco pretende manter aquisições em 2010 e avalia 100 empresas para cada compra**

A empresa de equipamentos de rede de comunicações Cisco Systems, que comprou 130 empresas em seus 25 anos de história, planeja manter o ritmo de aquisições em 2010. Ela avalia 100 empresas para cada compra que decide realizar, afirmou o vice-presidente de desenvolvimento corporativo, Charles Carmel. "São 100 empresas para cada 10 com as quais entramos em um nível sério de negociação", disse à Bloomberg.

Divulgação

**TELEFONE CELULAR****Apple deve vender iPhone também por Verizon e lançar nova versão, diz analista**

A Apple deve deixar de vender o iPhone apenas por meio da AT&T nos Estados Unidos e fechar negócio com a Verizon Wireless este ano, para ampliar a base de clientes, defendeu a empresa de análises Canaccord Adams. A oferta pode ajudar a vender 37 milhões de aparelhos no ano, crescendo de estimados 27 milhões em 2009. Uma nova versão do iPhone, voltado a redes de quarta geração, deve chegar em 2011, previu.

Marcela Beltrão

Serge Dubrana, executivo-chefe de operações globais da Logica:
"Somos uma empresa eurocêntrica. O plano é ser a terceira maior do continente"



tórias Accenture e a também europeia CapGemini, além da IBM e, em alguns contratos, as indianas de desenvolvimento de software, como TCS, Infosys e Wipro. "Nós atuamos com um modelo misto, combinando intimidade com o cliente com o offshore (terceirização de serviços para equipe localizada em outro país) utilizado pelas indianas. É mais complexo, mas mais seguro", afirma. O executivo complementa que espera uma atualização do modelo de negócios por parte das indianas nesse sentido, em especial para a terceirização de gestão de infraestrutura. ■

PLANOS PARA O BRASIL

● Atualmente são cinco os centros de prestação de serviços internacionais da Logica: Filipinas, Índia (onde se encontra o maior deles), Marrocos (para os países de língua francesa) e Praga (para a Alemanha e leste europeu). Segundo Serge Dubrana, o Brasil não é considerado para se tornar um desses pontos no futuro. "É um grande mercado, mas onde teremos apenas um centro de excelência", diz o executivo.

NEGÓCIOS**33%**

A maior parte da receita global da Logica vem da terceirização de processos de tecnologia. Outros 15% estão relacionados à consultoria de negócios, e o restante é dividido entre atividades como a integração de sistemas das empresas e desenvolvimento de software por encomenda.

FATURAMENTO**€ 4,48 bi**

foi a receita da empresa em 2008. O montante representa uma leve retração em relação aos € 4,48 bilhões de 2007. No terceiro trimestre de 2009, a Logica conseguiu crescimento em libras esterlinas de 2%, em relação ao ano anterior, de 845 para 862 milhões. Mas, em euros, houve queda de € 1,08 bilhão para € 948 milhões.

LUCRO**€ 48,6 mi**

foi o lucro líquido registrado em 2008, uma queda a quase um terço do valor auferido no ano anterior. Em 2007, os ganhos haviam atingido € 245,4 milhões.

New York Times on-line é pago em 2011

Publicação americana procura novas fontes de receita em meio à retração dos anunciantes e à queda de circulação

No próximo ano, o jornal americano *New York Times* vai começar a cobrar pelos textos de seu site, marcando um esforço da empresa de comunicação para encontrar novas fontes de receita e combater as quedas na circulação e na publicidade.

O jornal divulgou que o plano será construído em torno de um modelo mensurado que cobrará os leitores pelo acesso depois de terem entrado em um certo número de artigos durante o mês. Mas os assinantes da versão impressa do jornal continuarão a ter acesso gratuito ao site.

"Esse processo de reavaliar nosso modelo de negócios também tem sido motivado por nosso desejo de obter diversidade adicional de receitas que nos tornará menos suscetíveis à inevitáveis ciclos econômicos", afirmou a presidente-executiva, Janet Robinson, em comunicado. O anúncio confirma reportagens dos últimos dias que afirmaram que a medida estava sendo considerada pelo jornal.

Histórico

O modelo de cobrança que será adotado pelo *New York Times* é inspirado no jornal inglês *Financial Times*, que permite aos usuários acesso livre a 10 artigos mensais, antes da cobrança de, no mínimo, US\$ 3,59 dólares por semana. "Esse modelo é uma boa opção porque ainda atrai leitores casuais para a primeira página, e pode trazer receita dos leitores mais dedicados" afirma Barry L. Lucas, analista da Gabelli & Co.

O *New York Times* chegou a cobrar pelo conteúdo on-line por dois anos. Em seu auge, o serviço registrou 200 mil usuários, mas foi interrompido em 2007.

A circulação média diária do jornal caiu 7,3%, para 927.851, nos seis meses até setembro do ano passado. A primeira vez, o *New York Times* circulou com menos de 1 milhão de cópias, segundo levantamento do Audit Bureau of

“

Esse processo de reavaliar nosso modelo de negócios também tem sido motivado por nosso desejo de obter diversidade adicional de receitas

Janet Robinson,
presidente-executiva
do *New York Times*

Circulations, associação internacional que audita os jornais e revistas em todo o mundo.

Além de menos leitores, o jornal ainda enfrenta queda na receita publicitária, de 27% no terceiro trimestre do ano passado. Durante o primeiro semestre de 2009, a receita já havia apresentado redução de 29%. Para tentar se adequar à nova realidade orçamentária, a empresa vendeu, em 2009, sua sede em Manhattan, além de demitir funcionários e renegociar contratos. ■

Com agências internacionais