

# Negócio oportuno

Empresas criam centros no Brasil para desenvolver *softwares* e aplicativos destinados ao mercado mundial

DINORAH ERENO | ILUSTRAÇÕES BUENO

**M**ão-de-obra qualificada, flexibilidade para trabalhar em equipe e fuso horário compatível com o mercado norte-americano, o principal do mundo, são algumas características que têm atraído para o Brasil centros de competência, unidades regionais de multinacionais responsáveis pelo desenvolvimento de *softwares* e outros aplicativos que são distribuídos para toda a corporação. “As grandes empresas estão enviando maciçamente projetos para países em desenvolvimento, o que cria uma enorme oportunidade para lugares como o Brasil, possuidor de boa mão-de-obra em tecnologia e engenharia”, diz Cesar Gon, presidente da Ci&T Software. A empresa de Campinas, no interior paulista, atua na área de consultoria e desenvolvimento de aplicações e tem uma estrutura global de prestação de serviços que inclui seis unidades no Brasil, uma subsidiária nos Estados Unidos e um escritório em Londres, na Inglaterra.

Em abril, a Ci&T foi escolhida pela revista norte-americana *Fortune* entre as dez empresas *rising stars*, ou aquelas companhias que estão em ascensão no mercado mundial de *outsourcing*, atividade da área de tecnologia da informação (TI) que produz soluções de *software* para outras empresas. A pesquisa The Global Outsourcing 100 foi realizada em parceria com a Associação Internacional de Profissionais em Outsourcing (IAOP na sigla em inglês).

As perspectivas brasileiras no mercado de *software* internacional é conseguir US\$ 5 bilhões em vendas externas em 2010, gerando 100 mil novos empregos, num mercado mundial estimado em US\$ 100 bilhões, segundo a Associação Brasileira das Empresas de Software e Serviços para Exportação (Brasscom), com sede no Rio de Janeiro. Um salto significativo em relação aos US\$ 800 milhões contabilizados como exportações brasileiras de *softwares* no ano passado. “A Índia deve ficar com US\$ 60 bilhões do total em 2010 e os outros US\$ 40 bilhões restantes serão distribuídos entre países como China, Rússia, Malásia, México e Brasil”, diz Ricardo Saur, diretor da Brasscom. “Na pior das hipóteses, conseguiremos ficar com 5%”, completa.

**Treinamento contínuo** - Na avaliação de Geraldo Gomes, gerente sênior do Centro de Desenvolvimento de Software da Dell, em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, para atingir essa meta é necessário primeiro resolver alguns en-





Quando as  
empresas  
descobrem que  
o país tem boa  
mão-de-obra,  
ponto forte  
do Brasil, elas  
investem mais  
do que pensavam

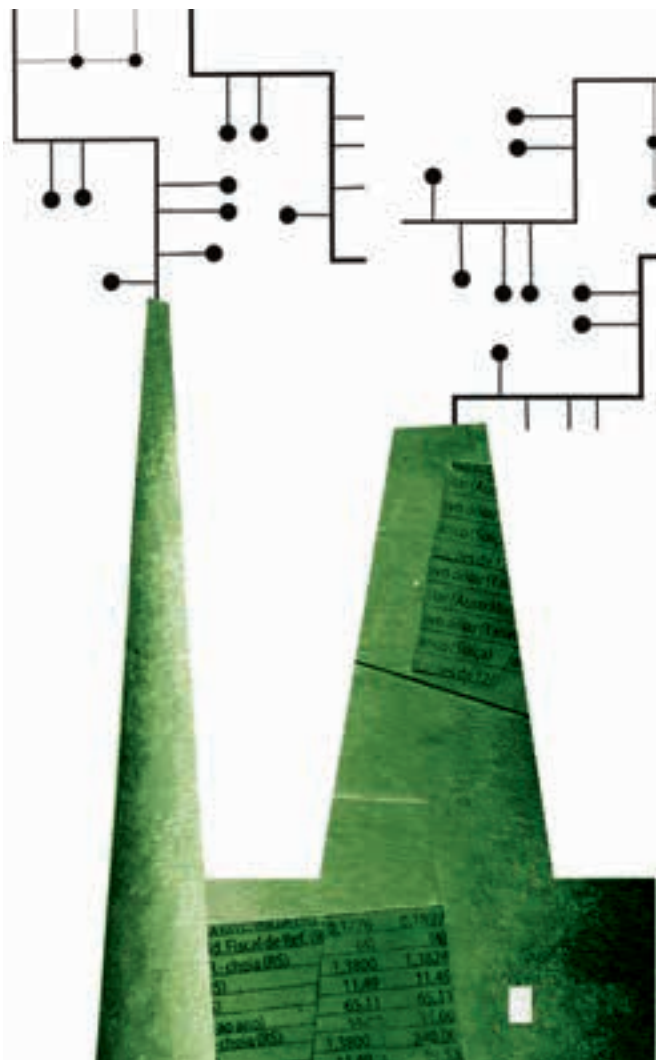
traves, como domínio do inglês entre analistas e técnicos, além de treinamento contínuo para acompanhar as mudanças tecnológicas.

Uma pesquisa feita pela Ci&T Software sobre os centros de competência em tecnologia da informação no Brasil apontou um outro problema mais sério, que dificulta a “venda” da TI nacional para as matrizes das multinacionais: o não cumprimento de prazos. Esse fator foi citado repetidamente como negativo pela matriz das corporações. O levantamento foi realizado com executivos do primeiro escalão da área de tecnologia da informação, representantes de 46 empresas norte-americanas e européias, todas com presença significativa no Brasil. Dessas, 20 têm centros de competência em TI nos Estados Unidos, nove no Brasil, enquanto França, Inglaterra, Alemanha e Índia possuem, cada um, sete centros.

“Temos que buscar o nosso espaço, porque hoje os indianos já não conseguem atender o mercado mundial”, diz Gomes. A Índia lidera esse mercado desde a metade da década de 1990, quando as empresas começaram a diminuir as áreas de TI e a passar para companhias especialistas toda a parte de desenvolvimento, manutenção e suporte de aplicações. Inicialmente, essa atividade terceirizada, chamada de *outsourcing*, ficava circunscrita ao próprio país onde as empresas estavam sediadas. Com o passar do tempo, a terceirização extrapolou as fronteiras entre os países, alavancada pelo movimento indiano, e ficou conhecida como *offshoring*. “Os principais atrativos para que isso ocorresse foram a capacitação técnica e a mão-de-obra muito mais barata do que nos países desenvolvidos”, diz Gon, da Ci&T.

Que a Índia vai continuar a liderar o mercado por muitos anos é consenso entre os especialistas consultados. Mas existe um movimento, ainda tímido, que conta com a participação do governo, de entidades representativas dos exportadores e produtores de *software* e de empresas para que o Brasil atinja um outro patamar no setor de tecnologia da informação. “Existe uma demanda nos Estados Unidos ainda não atendida e, a nosso favor, temos vantagens culturais e de fuso horário em relação à Índia e ao restante da Ásia”, diz Gomes. A Lei de Informática é citada pelo executivo como um dos atrativos para as grandes empresas criarem os centros de desenvolvimento de *software* no Brasil. Pela lei, a empresa tem benefícios fiscais com a produção local, mas deve investir cerca de 2,5% de sua receita bruta em pesquisa e desenvolvimento no país. Ele ressalta, no entanto, que sem mão-de-obra qualificada o empreendimento não se mantém. “Quando as empresas descobrem que o país tem mão-de-obra de ponta, e esse é um dos pontos fortes daqui, acabam investindo mais do que pensavam inicialmente”, diz.

O centro da Dell começou com projetos piloto de desenvolvimento de *softwares* em parceria com a Pontifícia Universidade Católica (PUC) em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul. “Fomos a primeira empresa a se instalar no Parque Científico e Tecnológico da universidade em 2002”, diz o executivo. Hoje o TecnoPUC conta com 31 empresas e entidades instaladas. Além da Dell, são em-



presas-âncoras a HP, a Sonae e a Microsoft. O centro brasileiro produz *software* para uso global da Dell. “É um grande exportador de *software* e acaba trazendo problemas bem complexos para a universidade”, diz Gomes. Entre os aplicativos desenvolvidos no centro da Dell encontram-se os de suporte para a área financeira e aqueles para os processos de venda, como a loja *on-line* da América Latina, desenvolvida e mantida em Porto Alegre, e os *call centers*, além do suporte para as ferramentas exigidas na engenharia de produtos. O centro do Brasil foi o primeiro da Dell a operar fora dos Estados Unidos. Depois desse grupo operacional, outros dois foram instalados na Índia, em Bangalore e Hyderabad, na Rússia, em São Petersburgo, e o mais recente na Malásia. “O nosso foco são os sistemas globais, como um *software* para recursos humanos que envolve 80 mil usuários”, diz Gomes.

**Mercado estratégico** - A gigante norte-americana de computadores instalou-se no Brasil em 1999, em Eldorado do Sul (RS). Em 14 de maio deste ano inaugurou uma segunda fábrica em Hortolândia, no interior paulista, que vai concentrar as linhas de montagem da empresa, reduzindo seus custos de logística. A Dell gera 1.200 empregos diretos e 600 indiretos no Brasil, um mercado considerado estratégico para a empresa, ao lado da Índia e da China. “Cerca de 95% do mercado de TI brasileiro é de desenvolvimento interno”, diz Gomes. Enquanto o mercado internacional cresce 6% ao ano, o brasileiro aumenta de 18% a 20%. “Isso ocorre porque é uma economia bastante ativa, que ainda está em processo de informatização”, diz José Antonio Antonioni, coordenador-geral da Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro (Softex), entidade com sede em Campinas.

“O Brasil é um mercado de US\$ 12 bilhões, muito atrativo para as empresas multinacionais”, ressalta Antonioni. Por conta disso, muitas delas acabam estabelecendo centros de desenvolvimento no país para atender tanto o mercado interno como o externo. O grupo português Sonae, um dos maiores do setor de distribuição e de supermercados e lojas da Europa, criou a Tlantic Sistemas de Informação, também instalada no TecnoPUC de Porto Alegre, para de-





envolver *softwares* para empresas do grupo espalhadas pela Europa.

A estratégia das multinacionais ao instalar esses centros nas filiais é a busca pela melhora dos serviços de TI. Ocorre que, como a gestão de tecnologia não é a atividade central dessas empresas, parte do serviço acaba sendo terceirizada para fornecedores locais. A Johnson & Johnson, que escolheu o Brasil, dentro da América Latina, para desenvolver produtos com qualidade e preços mais competitivos destinados ao mercado norte-americano e canadense, é uma das empresas que recorrem a parceiros como a Ci&T Software. Inaugurado em janeiro de 2005, o centro brasileiro de São José dos Campos, no interior paulista, chamado de *captive center* (centro cativo), conta com 128 funcionários, 44 contratados e 84 prestadores de serviços para desenvolvimento e manutenção de aplicações utilizadas pelas filiais e matriz.

De oito sistemas em 2005, o centro administra 35 aplicações atualmente. Dos 46 portais iniciais na internet, chegou a 180 gerenciados por aqui. “Do volume que produzimos mensalmente, 2% vão para a América Latina e 98% têm como destino a Johnson nos Estados Unidos e no Canadá”, diz Argemiro Leite, o CIO, ou *chief information officer*, que é o profissional responsável pelo *captive center* da J&J. Além da unidade de serviços de TI do Brasil, a empresa trabalha para a implementação de outras unidades, sendo a próxima na Ásia, possivelmente na Índia. “Do meu ponto de vista, o centro brasileiro é o mais forte de todos”, analisa Leite.

**Base industrial** - Antecipando-se ao movimento das multinacionais de instalar centros de competência em suas filiais, a Motorola, empresa de *hardware* e *software* para comunicação, fornecedora de produtos e soluções de mobilidade nas áreas de banda larga, sistemas integrados e redes sem fio, com vendas de US\$ 42,9 bilhões em 2006, iniciou em 1997 o seu Programa de Desenvolvimento Tecnológico no Brasil. Um ano antes, em 1996, a empresa decidiu fazer do Brasil a sua base industrial na América do Sul. Para isso, construiu o *campus* industrial e tecnológico no município de Jaguariúna, no interior paulista, onde são produzidos celulares, equipamentos digitais de comunicação móvel e rádios bidirecionais. Hoje, a empresa, que conta

## A vantagem competitiva da exportação brasileira está nos profissionais com sólida formação acadêmica

com cerca de 900 engenheiros trabalhando na área de pesquisa e desenvolvimento na própria Motorola e instituições parceiras, é a maior exportadora de bens de tecnologia da informação do país, totalizando mais de US\$ 5 bilhões desde o início das operações em 1997. O Brasil está entre os quatro países de interesse para a companhia no mundo, juntamente com Rússia, Índia e China.

“Além das exportações feitas pelos centros das multinacionais, existem várias empresas brasileiras que estão empreendendo ações para exportar *softwares*”, diz Antonioni, da Softex. No rastro das grandes companhias estão, principalmente, pequenas empresas de consultoria e de desenvolvimento de aplicações que cresceram nesse mercado nos últimos anos, como é o caso da Ci&T Software. A empresa obteve R\$ 8,8 milhões do seu faturamento de R\$ 40 milhões registrado no ano passado com o desenvolvimento de soluções tecnológicas exportadas para dez clientes dos Estados Unidos. Criada por três jovens for-

mados em engenharia da computação na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), a empresa revela uma trajetória de crescimento de cerca de 40% ao ano desde a sua fundação há 12 anos. O primeiro contrato, no valor de R\$ 50 mil, foi fechado com a IBM em 1995 para gerenciar redes de telecomunicações. Hoje a empresa conta com 500 profissionais.

O detalhe surpreendente nesse caso é que a Ci&T só começou a exportar há três anos, quando atingiu, numa escala de 5, o nível 3, de maturidade CMMI (*capability maturity model integration*), o mais respeitado padrão de qualidade de *software* no mundo. Em abril deste ano obteve a certificação no nível 5 para toda a empresa, resultado de um investimento de US\$ 1 milhão em treinamento de pessoal e adequação de processos durante quatro anos. A certificação é um dos caminhos apontados por Cesar Gon, presidente e um dos sócios da empresa, para as empresas que querem participar dos processos internacionais de venda de soluções de tecnologia da informação. “É preciso também ter unidades fora do Brasil, próximas do mercado que vai comprar esse tipo de oferta, principalmente nos Estados Unidos, na Europa e no Japão, os três grandes mercados internacionais”, diz Gon.

Vender para o mercado externo era a meta da empresa desde o início. “Por mais insensato que parecesse na época, essa era a nossa ambição, e trabalhamos muito para que ela se tornasse realidade”, diz Gon. A oportunidade concreta surgiu com o movimento de terceirização internacional de serviços de TI no final da década de 1990. A estratégia de exportação começou com um aporte de capital do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social Participações (BNDESPar). Hoje os três sócios originais detêm 85% das ações de capital fechado, e o banco governamental, os 15% restantes. “Ser uma empresa exportadora de TI é muito diferente de ser uma fabricante de equipamentos”, diz Gon. “O que nos dá uma vantagem competitiva na exportação são os nossos profissionais, com sólida formação acadêmica.”

Profissionais antenados com as novidades da área de TI serão necessários para que o país consiga crescer no ritmo imaginado pelos especialistas do setor. Para atingir a meta de exportar US\$ 5 bilhões em 2010, eles estimam a criação de cerca de 100 mil novos empregos. ■