

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO - Política industrial, que incentiva exportações no setor de software, trará apenas benefícios indiretos para pequenos e médios empresários

Pequenas à margem

RENATA LEITE
DO JORNAL DO COMERCIO

O setor de tecnologia da informação (TI) recebeu atenção especial na nova política industrial do governo federal, mas pequenos e médios empresários criticam a desoneração atrelada às exportações. A previsão é de um impacto limitado no mercado, visto que a internacionalização não é comum à massa de pequenas e médias empresas brasileiras desenvolvedoras de softwares. As medidas foram bem recebidas, mas a principal carência não foi resolvida: a falta da divulgação do segmento no exterior.

De acordo com a Associação Brasileira de Empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (Brasscom), as exportações de empresas de softwares e serviços de TI somaram cerca de US\$ 800 milhões no ano passado e a medida pode ser capaz de criar 100 mil novos empregos. As contratações compensariam a renúncia tributária proveniente da redução pela metade — de 20% para 10% — da contribuição patronal para o INSS e a eliminação da contribuição do sistema S — que era de 3,5% — para empresas que gerarem 50% da receita em exportações.

Ricardo Camargo Mendes, da Prospectiva Consultoria, que tem auxiliado empresas do segmento no processo de internacionalização, explica que a medida é importante, pois coloca as empresas em um patamar de competitividade equiparável a países como Índia e China, concorrentes agressivos dos produtos brasileiros. “A força de trabalho é responsável por de 70% a 80% dos custos das empresas de TI, o que dificultava

uma inserção maior no cenário externo”, explica.

O câmbio agravaria ainda mais a competitividade dos produtos. “O segmento não pode mitigar as perdas resultantes da valorização do real frente ao dólar como o fazem alguns setores da indústria, como aviação e montadoras de automóveis, com a importação de componentes com melhor preço”, analisa Mendes. A amortização viria com a redução do custo trabalhista. Mesmo assim, o consultor não acredita que as pequenas e médias empresas possam contribuir nesse primeiro momento para o processo de internacionalização.

“A vantagem será mais clara para as grandes empresas, mas isso afeta o mercado como um todo, pois as pequenas terão participação na cadeia produtiva, por meio de subcontratações. Hoje, quatro ou cinco empresas respondem por cerca de 95% das exportações na área de TI”, afirma o consultor. Mesmo essas empresas não devem ter metade do faturamento oriundos do exterior, em virtude da grande informatização da economia brasileira, que aquece o mercado interno. Nesse caso, a solução apontada por Mendes são os arranjos societários.

FISSÕES. O principal efeito dos incentivos deverá ser, portanto, a abertura, por parte das grandes do setor, de novas empresas voltadas exclusivamente para a exportação, na opinião de Alberto Blois, sócio da ASJB WinMaster e vice-presidente da regional Rio de Janeiro da Associação das Empresas de Tecnologia da Informação, Software e Internet (Assespro), mais antiga entidade do setor. Para ele, esse mecanismo pode gerar problemas no mercado interno, pois as



CLAUDIO SEIXAS
DIRETOR DA WEBSOFTWARE

Divulgação externa conjugada com educação tecnológica, desde as escolas de base, e atração de investidores de risco funcionariam mais do que ações esporádicas. A Índia trabalhou durante 30 anos para construir as bases e se tornar potência em serviços de TI.”

empresas de pequeno porte não poderiam acompanhá-las e assumir os custos de se ter duas estruturas independentes, com Cadastros Nacionais de Pessoa Jurídica (CNPJs) e contabilidades distintas.

“Aproximadamente 80% da mão de obra gerada pelo segmento é oriunda das pequenas e médias empresas, que não terão direito à desoneração. Já as grandes terão custos reduzidos e podem inflacionar a mão-de-obra. Há o risco de o mercado interno, hoje próspero e abundante, sair prejudicado”, alerta Blois, cuja empresa exporta desde 2002. Ele teme ser um dos prejudicados. Aproximadamente 20% do faturamento da ASJB WinMaster advém das exportações.

A empresa adota um modelo muito utilizado pelo segmento de pequeno porte: o de parcerias. Como as empresas de TI e desenvolvimento de softwares costumam ser bastante especializadas em determinados nichos, negócios em conjunto podem gerar soluções interessantes aos clientes, por serem mais completas. Adotando esse tipo de estratégia, Blois conseguiu levar sua marca para países como Alemanha, Itália,

França e Inglaterra. “Nosso grande canal é uma empresa parceira, localizada em Barcelona, que tem soluções complementares às nossas. Juntos, conseguimos criar uma ferramenta mais completa”, explica o empresário.

Exportações para países do primeiro mundo não são raras entre os pequenos empresários, de acordo com Blois. No entanto, analisados isoladamente, esses números ainda são pequenos, pois o processo de internacionalização é custoso. Há exigência de contratações e treinamentos. Caso a exportação não seja feita por meio de parcerias, é preciso instalar base no país para treinamento a clientes sobre a utilização dos softwares vendidos.

A Alterdata, criada este ano a partir da fusão de oito empresas, chegou a Angola em dezembro do ano passado e já montou uma base por lá. A empresa de médio porte conta com 400 funcionários, mas ainda não tem exportações significantes em relação ao faturamento da empresa. “Nosso mercado interno é tão grande que desestimula a busca por mercados externos. Estamos buscando a internacionalização, com foco em Angola e



ADILSON WASCONCELLOS/JCOM/DA PRESS

Portugal, para adquirir know-how e agregar valor à marca. Nossa meta é que as exportações representem 20% do faturamento em sete anos, mas estamos sendo ousados e, honestamente, não sei se conseguiremos atingir esse índice”, diz Ladmir Carvalho, sócio-diretor da Alterdata.

DIVULGAÇÃO. O empresário não acredita que a nova política industrial alcance com intensidade as pequenas e médias empresas de TI, mas considera um primeiro passo para avanços na desoneração do segmento. No entanto, ressalta que a carência maior diz respeito ao reconhecimento do Brasil como importante ator no mercado internacional. A sugestão do empresário é que o governo se empenhe mais na divulgação internacional do setor. “É preciso apoiar a participação de grupos brasileiros em eventos no exterior para que o mercado saiba que temos bons produtos, buscar parcerias com empresas e sindicatos de países chave. O mais importante é concretizar as redes de contatos”, recomenda Carvalho.

Claudio Seixas, diretor de parceria e exportação da WebSoftware concorda. Para ele,

incentivos esporádicos como o atual historicamente se mostraram funcionais apenas para as grandes empresas. Seixas aponta a necessidade de o governo, que tem credibilidade no exterior, mostrar ao mundo que as empresas brasileiras são competentes e cumprem prazos. Exemplos disso são o sistema eleitoral e de cobrança de imposto de renda totalmente informatizado e funcional. Para Seixas, outros entraves são a falta de mão-de-obra especializada e de capital de risco.

“Divulgação externa conjugada com educação tecnológica, desde as escolas de base, e atração de investidores de risco funcionariam mais do que ações esporádicas. A Índia trabalhou durante 30 anos para construir as bases e se tornar potência em serviços de TI, de três anos para cá”, afirma Seixas. Os esforços para exportação foram reduzidos nos últimos anos, em função da queda do dólar e desses entraves. Seu principal canal com o exterior foi construído por meio da filial brasileira da editora internacional Reader’s Digest. O sistema de call center virtual da empresa, em âmbito mundial, foi desenvolvida pela WebSoftware.

União é importante no setor

Evitar que mecanismos de mercado impeçam a sobrevivência das pequenas empresas, gerar negócios e divulgar a imagem do segmento brasileiro no exterior são os desafios assumidos atualmente pelas associações e sindicato das empresas de tecnologia da informação (TI) e desenvolvedoras de softwares. A adesão é baixa, assim como o apoio de instituições públicas, de acordo com empresários e representantes das entidades de classe.

Ladmir Carvalho, atuante no Sindicato das Empresas de Informática do Estado do Rio de Janeiro (Seprorj) e sócio-diretor da Alterdata, há quatro anos participa de eventos no exterior, representando a entidade, para sondar o mercado europeu e divulgar entre as empresas brasileiras as demandas internacionais. Os levantamentos feitos até hoje demonstram similaridade na qualidade e funcionalidade dos produtos brasileiros em



ALTERDATA/ARQUIVO



LADMIR CARVALHO
SÓCIO-DIRETOR DA ALTERDATA

As percepções originadas nas feiras internacionais do segmento são trazidas e passadas para os demais empresários em reuniões. Em níveis técnicos não deixamos nada a desejar para os europeus.”

relação aos de outras nacionalidades, mas apontam também carências em marketing, publicidade e acabamento visual.

“As percepções originadas nas feiras internacionais do

segmento são trazidas e passadas para os demais empresários em reuniões. Já estamos trabalhando para que a qualidade de nossos produtos seja exteriorizada em aspectos visuais. Em níveis técnicos

não deixamos nada a desejar para os europeus”, afirma Carvalho. As reuniões do Seprorj acontecem quinzenalmente.

Entre os desafios atuais da entidade estão o repasse de

informações para empresas do interior do estado, o embate com os sindicatos dos trabalhadores do segmento e a formação de parcerias. “Concretizamos parceria com a Microsoft, brigamos em licitações que privilegiam as maiores e estamos em discussão com o governo do estado em relação à nova exigência de homologação estadual de softwares para venda no comércio, que tem afastado as pequenas desse mercado”, conta Carvalho.

PARTICIPAÇÃO. Ele afirma que as pequenas empresas são as que menos participam do sindicato e que entidades como o Sebrae apoiam projetos quando o assunto é de interesse nacional, ou se refere a parcerias entre empresas brasileiras.

O estímulo às exportações por entidades governamentais por meio de missões ao exterior é criticada por Claudio Seixas, diretor de parce-

ria e exportação da WebSoftware. Ele afirma que as visitas costumam focar mercados complexos e de alta demanda, atendidos apenas por grandes empresas. “Precisamos ir a feiras que tenham língua espanhola ou portuguesa e que priorizem as pequenas empresas como expositoras, sob o risco de desaparecermos em meio ao evento. No entanto, isso raramente acontece”, queixa-se.

Alberto Blois, vice-presidente da regional Rio de Janeiro da Associação das Empresas de Tecnologia da Informação, Software e Internet (Assespro) e sócio da ASJB WinMaster, explica que a principal função da entidade é fomentar parcerias entre os associados e gerar negócios. “A maioria das empresas é muito pequena e trabalha com nichos muito especializados. Os clientes querem soluções e escalas maiores do que uma fornecedora isolada pode oferecer”, explica. (RL)