



Rompendo FRONTEIRAS

Parceiros Oracle conquistam o exterior e mostram que a melhor estratégia é conhecer de perto as características de cada mercado

Atuar no mercado de Tecnologia da Informação, a cada dia mais exigente e complexo, não é tarefa fácil. Esse cenário pode ficar ainda mais complicado quando se rompem as fronteiras para alçar vôos em terras distantes. De acordo com cinco parceiros Oracle, que internacionalizaram suas operações, o mais importante é conhecer profundamente as características do mercado que se pretende ingressar, para ganhar confiança e escolher acertadamente a melhor solução. O ideal para o Brasil pode não ser para inúmeros outros países.

Na cartilha de quem já vive a experiência de trabalhar fora do país, existem algumas regras em comum. De acordo com os desbravadores Gemco, Matera, Senior Sistemas, Totvs e UniOne, a questão da língua, que em princípio pode parecer o maior obstáculo, não é o grande desafio. Eles afirmam que, dependendo do país, é necessário estudar muito a demanda que, na maioria das vezes, é completamente diferente da encontrada aqui, em solo nacional.

Vencida a primeira barreira – um misto de domínio do idioma e conhecimento da demanda do mercado – o passo seguinte, dependendo do estágio, pode ser a formação de uma equipe que atue fora

do país para estreitar relacionamento com o cliente e também prestar pronto atendimento. Esta é uma dificuldade apontada pela maior parte dos parceiros. Segundo eles, quem precisa criar um time de apoio gasta um bom tempo nessa seleção e nem sempre as escolhas iniciais trazem bons resultados.

Mas o importante, na opinião desses empreendedores, é expandir a atuação para outras terras a fim de não perder o momento em que a economia mundial está aprimorando a globalização. A maioria concorda que é importante ousar e enfrentar o desafio da internacionalização, pois “enriquece a atuação e valoriza muito mais o nome da empresa não somente em novos mercados, mas especialmente no Brasil.” Saiba como cada uma das empresas enveredou por mares nunca dantes navegados.

GEMCO APRIMORA ATUAÇÃO NO EXTERIOR

Nelson Massud, presidente da Gemco, se orgulha em dizer que já está na fase de aprimorar sua atuação além fronteiras. Segundo ele, a empresa iniciou suas atividades fora do País há cinco anos, começando pelos Estados Unidos. “O início é sempre desafiador. Passamos por situações inusitadas que





Nelson Massud,
presidente de Gemco



Carlos Augusto Leite
Neto, presidente da
Matera Systems

nos ensinam muito e nos preparam melhor para o futuro. É interessante conhecer a cultura de cada país, sua forma de trabalhar no mercado de Tecnologia da Informação e encontrar o melhor caminho”, diz.

Hoje, a empresa já tem participação, além do mercado norte-americano, na Argentina, Chile, Colômbia, Taiwan, Alemanha, Espanha e Itália. Em cada um desses países, Massud afirma que existe um desafio diferente por ter de lidar com culturas diferentes, mas, na sua opinião, vale a pena enfrentar os obstáculos. “Atuar de maneira global hoje é imprescindível, apesar de não ser tarefa fácil de desempenhar. Mas com certeza nos abre portas nos diversos mercados e principalmente aqui no Brasil, pois nos credencia de maneira

mais positiva e completa”, acrescenta.

A empresa, que foi comprada pela Bematech, agora soma seus esforços e prossegue em sua estratégia, de acordo com Massud, que atualmente acumula a função de diretor de software da Bematech. “Agora somos um grupo ainda mais forte com a união das companhias. Com certeza iremos fortalecer não somente nossa parceria com a Oracle, como a participação no mercado externo”, completa Massud.

MATERA GANHA ESPAÇO

Carlos Augusto Leite Neto, presidente da Matera Systems, lembra que havia um sentimento na empresa de expansão e que seria saciado quando estendesse a atuação para o exterior. O executivo afirma que no início, entre 1994 e 2006, a Matera Systems fechou alguns contratos com empresas no exterior. “Mas sempre em conjunto com algumas multinacionais. Contudo, iniciar na exportação é sempre um grande aprendizado e aprendemos muito de lá para cá.”

Até que chegou a vez do fechamento de negócio com dois grandes bancos de Nova York (que não revela os nomes), conta Netto. “Essa conquista nos serve de experiência até hoje. Foi bastante proveitoso esse trabalho no mercado norte-americano”, reforça, acrescentando que eles cresceram no exterior na época do mau atendimento que a Índia estava prestando às empresas usuárias de TI nos Estados Unidos.

“Eles buscaram empresas brasileiras que começavam a marcar presença lá fora. E então demos início ao fornecimento de aplicativos para o setor bancário, sempre apoiados em banco de dados Oracle”, diz Netto. Já em 2006, a companhia passou a fornecer também para a Golden Gate Software, uma empresa, claro, de San Francisco (EUA). Agora, a Matera Systems conta com dois escritórios, ambos na Filadélfia (EUA), um em conjunto com a Apex Brasil – Agência de Promoção de Exportações e Investimentos – e outro próprio.

SENIOR INGRESSA NO MERCADO EXTERNO

Jorge José Cenci, presidente da Senior Sistemas, terceira maior desenvolvedora de software para gestão empresarial do País, diz-se iniciante no time de parceiros que expandiram sua atuação além Brasil. “Começamos no final de 2005 e já estamos atuando na Argentina, Peru, Colômbia e Angola”, lista Cenci para quem o aprendizado está apenas começando.

Hoje, depois de um ano duro de trabalho, a Senior Sistemas afirma ter uma visão mais clara das características desses novos mercados. Sobretudo em relação ao desafio de ter vencido a barreira do idioma, dos hábitos, da legislação específica e também dos modelos de negócios e processos, muitas vezes, totalmente diferentes dos encontrados no Brasil.

A proposta da Senior Sistemas atualmente é tentar reproduzir lá fora o modelo adotado no Brasil, ou seja, foco em diversas verticais, não somente na indústria. “Já estamos estudando a participação na Europa e nos Estados Unidos. Vamos atuar também com soluções de controle de acesso no mercado SMB em grandes pólos econômicos”, avisa Cenci, que acredita que com a globalização da atuação, a empresa ganha grande diferencial competitivo.

TOTVS AVANÇA NO GLOBO

Cláudio Bessa, diretor de Marketing e de Negócios da Totvs, diz já estar presente nos principais países da América Latina (Argentina, Chile, Uruguai, Porto Rico, México, Paraguai) e também em Portugal, Angola e Moçambique. Expansão multidirecional que teve início em 1997, no mercado argentino. “Nossas soluções estão sendo aceitas em diversas partes do mundo. E ser parceiro Oracle, que tem participação global, nos confere mais credibilidade, sem contar com o seu banco de dados, sempre apoiando nossa tecnologia”, relata.

Para Bessa, o passaporte para outros mercados é o pleno entendimento da cultura de cada região, saber identificar os meandros culturais de cada uma delas e entender especialmente dos aspectos legais e fiscais. O executivo ainda destaca a missão delicada de montar uma equipe fora do país de origem. “Temos de ser cuidadosos e avaliar bem cada profissional. E não é fácil encontrar o perfil ideal”, avisa.

Com o título de terceira maior empresa de aplicativos na América Latina, de acordo com Bessa, a Totvs procura atender às expectativas de cada um dos mercados em que atua lá fora. “Temos de entender muito bem todas as características de negociação dos diferentes países. É um desafio, mas é importante para mostrarmos experiência e também estrutura para atender diferentes exigências em diversas partes do mundo”, conclui.

UNIONE NO CHILE

Alexandre Couto, diretor da UniOne Chile, e Márcio Pissardo, diretor da UniOne Brasil, dizem estar satisfeitos com a atuação além fronteiras já há oito anos. “Éramos parceiros Oracle Tech, Siebel e Hyperion, e com a estratégia de expansão da multinacional ao adquirir as duas companhias, nos tornamos integrantes do ecossistema Oracle e um dos parceiros mais completos na oferta de soluções da companhia”, afirma Pissardo.

A empresa iniciou suas atividades no mercado externo em 1998, no Chile, a partir da venda de um projeto de ERP. Na opinião dos executivos da UniOne, esse momento representou um gran-

de desafio, pois na época a empresa não possuía presença local. “Conquistamos dois bons clientes, pois tínhamos a vantagem de sermos uma empresa forte no Brasil, com vasta carteira de clientes e profissionais especializados na época da explosão dos sistemas de ERP”, lembra Couto.

Hoje, a UniOne é uma empresa que conta com mais de 350 profissionais certificados e especializados, mais de 220 clientes e uma filial na cidade de Santiago do Chile (Chile). A operação é responsável pelo atendimento a clientes na região e também a outros países da América Latina.

A empresa oferece atendimento nos mais variados projetos e serviços de consultoria. Os executivos ressaltam, porém, a importância de um crescimento sustentado, considerando a diferença cultural entre os dois países. “Um dos pontos importantes para uma negociação de sucesso é a adaptação às diferenças entre Brasil e Chile. Porém, a partir das premissas que já aprendemos a dominar, temos conquistado muita credibilidade e confiança no mercado externo”, diz Couto.

A estratégia de aquisições da Oracle está sendo um dos pontos fundamentais para a efetivação de novos negócios e para a credibilidade da UniOne em apresentações a novos clientes, na visão de Pissardo. Hoje, a empresa – por ser um dos principais parceiros na oferta do maior portfólio de soluções do mercado em diversos segmentos da economia – abre portas em qualquer parte do mundo. *



Cláudio Bessa, diretor de Marketing e de Negócios da Totvs



Márcio Pissardo, diretor da UniOne Brasil