

# Brazil **IT**

**PSI-SW** - Projeto Setorial Integrado  
para a Exportação de Software e  
Serviços Correlatos Brasileiros

**PROJETO 2009**



## 1. INTRODUÇÃO 4

### PARTE I - PERFIL DO PROPONENTE.....6

I.1 Entidade Proponente.....	6
I.2 Representantes legais da entidade proponente.....	6
I.3 Responsáveis pela coordenação do projeto na entidade.....	6
I.4 Outros parceiros envolvidos.....	7
I.5 Histórico, Capacidade Financeira e Abrangência da Entidade .....	8
I.6 Estrutura Organizacional.....	11
I.7 Capacidade de prestação de serviços.....	12

### PARTE II - Escopo da Proposta .....15

II. 1 Especificidades do Setor de Software.....	15
II.2 Trajetória e Perfil do Setor de Software no Brasil.....	16
II.3 Evolução da exportação de Software no Brasil - evolução do modelo e resultados do PSI SW.....	20
II.3.1 Evolução da Cultura Exportadora de Software, surgimento e evolução do PSI SW.....	20
II.3.2 Principais Resultados até o momento.....	21
II.4 Barreiras e principais exigências dos clientes à exportação .....	22
II.4.1 Barreiras.....	22
II.4.2 Exigências dos Clientes para Exportação.....	23
II.5 Tendências do Setor de Software e Contexto Internacional.....	24
II.5.1 Emergência de Redes, Padrões Abertos e a Economia do Conhecimento	25
II.5.2 Modelos baseados Software como Serviço (Software as a Service).....	28
II.5.3 Transdisciplinariedade.....	30
II.5.4 Crise do Setor Financeiro.....	32
II.5.5 Terceirização de Serviços para Países emergentes.....	34
Estudos realizados pelo Everest Research Institute no início de 2009 indicam que apesar da recessão que ora ocorre nos EUA, as perspectivas para a terceirização são positivas. ....	34
II.6 Modelo PSI - modelo evolutivo e adaptativo.....	36
II.6.1 Componentes do modelo PSI de exportação de software.....	37
II.7 Ações do PSI SW para o período 2009.....	42
II.8 Foco Estratégico.....	43
II. 9 Público-alvo do projeto.....	44
II.10 Objetivo Geral do Projeto .....	44
II.11 Mercados-alvo do Projeto .....	44
II.12 Metas do projeto.....	45
II.13. Premissas do Projeto.....	45
II.14 Período de execução.....	46
II.15 Gerenciamento do projeto.....	46
Gestão Interna.....	47

### PARTE III - Eixos de Ações do Projeto.....49

**Cronograma de Eventos 2009.....81**

03.....81

8 a 9.....82

# 1. INTRODUÇÃO

---

Apresentamos a seguir o Projeto Setorial Integrado para a Promoção de Exportações e Investimentos do Setor de Software e Serviços Correlatos – PSI SW para o período de 2009-2010 em continuidade aos projetos anteriores de apoio ao setor, realizados com apoio integral da Apex Brasil Brasil – Agência Brasileira de Promoção das Exportações e Investimentos.

A partir desta edição o Projeto assumirá o nome BRAZIL IT. A marca BRAZIL IT tem sido utilizada em eventos internacionais e em outras atividades do PSI-SW. A adoção da marca como 'nome fantasia' do Projeto trará vantagens na identificação do projeto e no próprio reforço da marca.

Em função do momento econômico por que estamos passando, e por orientação e solicitação da Apex Brasil, apresentamos o detalhamento das ações e orçamento apenas para o período de junho a dezembro de 2009, sendo que o ano de 2010 será detalhado a partir de estudos de mercado e de diretrizes que serão trazidas pela Apex Brasil no meio do ano de 2009.

Este documento busca descrever a trajetória do PSI SW, seu modelo estratégico e o arcabouço teórico que fundamenta e direciona a estratégia que vem sendo adotada pelo projeto e sua evolução através do tempo.

O PSI SW surgiu como uma decorrência natural da experiência acumulada pela Sociedade SOFTEX, na busca pela ampliação da exportação e da excelência do software brasileiro em mais de uma década de atuação junto a empresas brasileiras de software. E também como decorrência da crescente visibilidade do software como objetivo estratégico das políticas públicas do Governo Lula, entre elas o PDP – Política de Desenvolvimento Produtivo e o PACTI – Plano de Ação de Ciência, Tecnologia e Inovação, e suas agências implementadoras (neste caso específico, pela ação da Apex Brasil).

No início o PSI SW procurou focar no atendimento de uma série de atividades demandadas pelas empresas brasileiras desenvolvedoras de soluções e serviços com algum potencial exportador. Logo, percebeu-se que a potencialização da exportação demandava também ações indutivas de sensibilização, de formação e ações específicas para os diversos segmentos do Setor de Software brasileiro. Já em 2005, a estruturação da oferta das empresas participantes propiciou a organização dos PSVs – Portifólios de Solução Verticais.

No esforço de implementar suas ações e na lida com os diversos obstáculos para a exportação, o PSI SW agregou diversos tipos de conhecimentos, que passaram a incorporar seu modelo estratégico. E mais que isto, esta somatória de conhecimentos, reescrever práticas, e estratégias adquiridas, na prática, veio a constituir uma verdadeira **Inteligência de Exportação**, que é registrada neste documento.

Na trajetória de evolução e de busca de alinhamento junto às principais tendências internacionais do Setor, o modelo estratégico do PSI SW passou a incorporar novos elementos, como ações horizontais, *cloud projects* (projetos-nuvem, ou seja, projetos que atraem o interesse de empresas dos diversos segmentos), bem como o Índice de Prontidão para Exportação, incluindo novas dimensões para análise e diagnóstico das empresas. Assim, as ações de base do Projeto, como o Portifólio de Soluções Verticais, são reforçadas e aprimoradas por estes novos elementos. O PSI SW procura não somente auferir

competitividade nos segmentos que já concorrem pelo mercado internacional, mas também plantar sementes dos novos arranjos para exportação que estão emergindo no cenário internacional.

Todo este esforço, esta base de conhecimentos e articulações com empresas vem proporcionando a ramificação das atividades do PSI SW, promovendo novas parcerias e novos projetos como o PAIPME/ABDI - Projeto de Apoio à Inserção Internacional de Pequenas e Médias Empresas com recursos da União Européia, que possui atividades complementares, com ênfase a regionalização, e que reforçam o PSI SW. Também destaca-se o projeto em parceria com o Ministério da Cultura para o reforço das atividades de exportação de games produzidos no Brasil, o BRGames.

O presente documento está subdividido em 3 partes:

- a) a primeira parte apresenta o perfil do proponente do projeto, a Sociedade SOFTEX, descrevendo sua trajetória, capacidades, etc;
- b) a segunda parte apresenta o escopo da proposta do Programa PSI SW registrando sinteticamente sua trajetória evolutiva, a análise de tendências internacionais e seu modelo estratégico;
- c) a terceira parte apresenta as ações desenhadas para o Programa PSI SW no período de 2009.

# PARTE I - PERFIL DO PROPONENTE

## I.1 Entidade Proponente

Entidade Proponente  
Associação para a Promoção da Excelência do Software Brasileiro -  
SOFTEX

CNPJ  
01.679.152/0001-25

Tipo da Entidade  
Sociedade de direito privado, sem fins lucrativos, qualificada como OSCIP

Endereço  
Estrada Telebrás / UNICAMP Km 0,97 UNICAMP

CEP 13081-970

Cidade UF Telefone Fax  
Campinas SP (19) 3287-7060 (19) 3287-7150

Sítio eletrônico Endereço eletrônico para contato  
[www.softex.br](http://www.softex.br) [dpetit@nac.softex.br](mailto:dpetit@nac.softex.br)

## I.2 Representantes legais da entidade proponente

Representantes	Função	R.G.	C.P.F.
Waldemar Alberto Borges R. Neto	Diretor Presidente	1.021.642 SSP/PE	353.956.804-20
Arnaldo Bacha de Almeida	Vice-Presidente Executivo	33732/D	508.886.256-34

## I.3 Responsáveis pela coordenação do projeto na entidade

Responsáveis	Função	R.G.	C.P.F.	Telefone	Email
Arnaldo Bacha de Almeida	Vice-Presidente Executivo	33732/D	508.886.256-34	(31) 3227-5090	arnaldo@nac.softex.br
Djalma Petit	Diretor de Mercado	461814 SSP-DF	150.907.951-34	(61) 3327-2319	dpetit@nac.softex.br
Gláucia Critter Chiliatto	Gerente de Negócios Internacionais	6.177.972 SSP-SP	016.245.888-67	(19) 3287-7060	glauucia@nac.softex.br

## I.4 Outros parceiros envolvidos

Nome Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT			CNPJ 01.263.896/0003 26
Endereço Esplanada dos Ministérios, Bloco "E"			CEP 70067-900
Cidade Brasília	UF DF	Telefone (61) 226 0023	Fax (61)
Sítio Eletrônico <a href="http://www.mct.gov.br">www.mct.gov.br</a>		Endereço eletrônico para contato <a href="mailto:antenor@mct.gov.br">antenor@mct.gov.br</a>	
<p>Função e responsabilidades</p> <p>Custear atividades de gestão do projeto.</p> <p>Definir as políticas e metas globais para o setor de software e analisar as metas propostas pela Sociedade SOFTEX.</p> <p>Realizar conjuntamente com a Sociedade SOFTEX pesquisa periódica entre as empresas do setor para a formação do Panorama Setorial.</p> <p>Definir e orientar as Fontes de recursos para a operação da Sociedade SOFTEX.</p>			

Nome Financiadora de Estudos e Projetos - FINEP			CNPJ 33.749.086/0001 09
Endereço Praia do Flamengo, 200			CEP: 22210-030
Cidade Rio de Janeiro	UF RJ	Telefone (21) 2555 0722	Fax (21) 2557 2422
Sítio Eletrônico <a href="http://www.finep.gov.br">www.finep.gov.br</a>		Endereço eletrônico para contato <a href="mailto:tosta@finep.org.br">tosta@finep.org.br</a>	
<p>Função e responsabilidades</p> <p>Apoiar com recursos complementares mediante a apreciação de projetos específicos, a realização, por parte da Softex, de ações de capacitação.</p>			

Nome ABDI - Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial			CNPJ 07200966000111
Endereço: SBN Quadra 1 - Bloco B - Ed. CNC - 14º andar			CEP: 70041 902
Cidade Brasília	UF DF	Telefone 61 3962.8700	Fax 61 3962.8715
Sítio Eletrônico: <a href="http://www.abdi.com.br/">www.abdi.com.br/</a>		Endereço eletrônico para contato: <a href="mailto:abdi@abdi.com.br">abdi@abdi.com.br</a>	

Função e responsabilidades

Apoiar com recursos da União Europeia, através do PAIIIMPE - Projeto de Apoio à Inserção Internacional da PME Brasileiras, reforço às ações do PSI-SW.

Nome		CNPJ	
Agentes do Sistema SOFTEX		Diversos	
Endereço		CEP:	
Diversos em 23 cidades, 13 estados, e 5 regiões brasileiras.		Diversos	
Cidade	UF	Telefone	Fax
Diversos			
Sítio Eletrônico: <a href="http://www.softex.br">www.softex.br</a>		Endereço eletrônico para contato	
Função e responsabilidades			
Apoiar a Sociedade SOFTEX no detalhamento e na definição das ações deste PSI SW.			
Executar, de forma conveniada com a Sociedade SOFTEX e a critério desta, ações ou partes das ações deste PSI.			
Captar recursos complementares de terceiros ou aportar recursos próprios necessários à viabilização das ações propostas neste PSI -SW.			
Acompanhar os resultados e fornecer informações, relatórios e prestações de contas de todas as ações executadas, conforme as regras e modelos definidos pela Sociedade SOFTEX.			

## I.5 Histórico, Capacidade Financeira e Abrangência da Entidade

Em 1991/1992, surge o Programa para Promoção da Excelência do Software Brasileiro - Programa SOFTEX, como parte do Projeto DESI (Desenvolvimento Estratégico em Informática), juntamente com o Programa Temático Multi-institucional em Ciência da Computação (PROTEM-CC) e a Rede Nacional de Pesquisa (RNP). Denominado Projeto BRA/92/019, o Programa SOFTEX foi inicialmente conduzido pelo CNPq, que atuava como agência executora no convênio firmado entre o Governo Brasileiro (por intermédio do Ministério de Relações Exteriores) e o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) com o objetivo de promover a exportação do software brasileiro.

Em 1994, o Programa SOFTEX foi transformado em Programa Prioritário do Ministério da Ciência e Tecnologia (MCT), segundo a Portaria MCT nº 200/94 de 18/11/94 [1], o que foi confirmado em 06/03/2002 pela Resolução nº 1 do Comitê da Área de Tecnologia da Informação (CATI). Em 1996, é criada a Associação para a Promoção da Excelência do Software Brasileiro - SOFTEX, sendo que como Programa Prioritário a Sociedade SOFTEX é a única entidade reconhecida oficialmente pelo MCT / SEPIN.

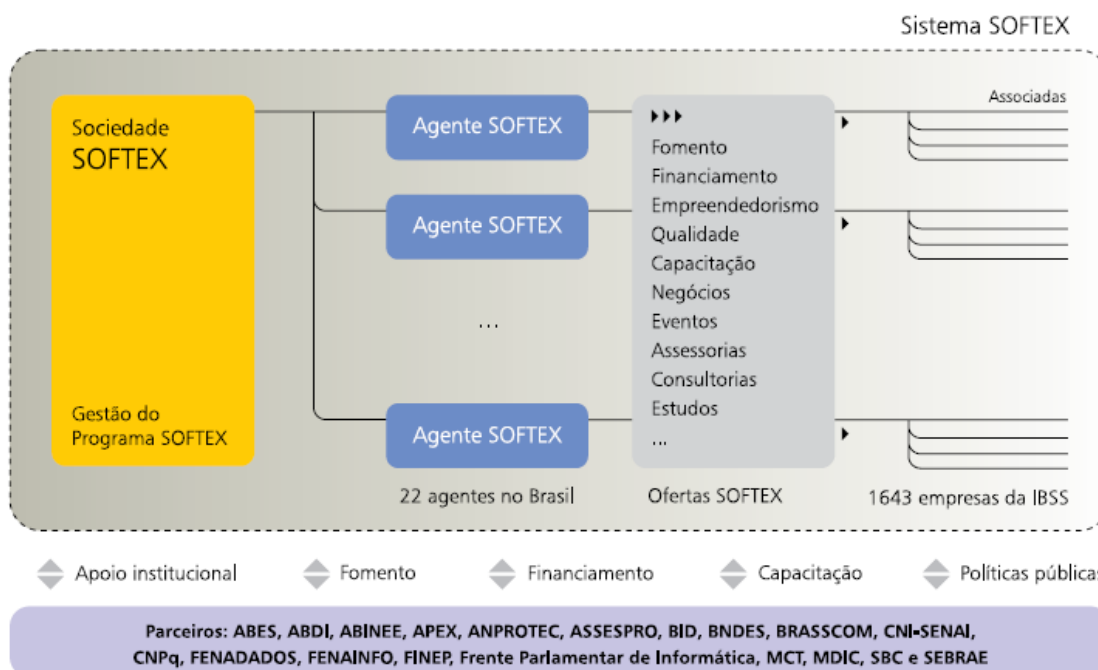
A Associação para a Promoção da Excelência do Software Brasileiro - SOFTEX existe com o objetivo de fomentar o desenvolvimento da indústria brasileira de software e serviços. O apoio tem sido realizado através de atividades voltadas ao empreendedorismo, capacitação, financiamento, promoção comercial, exportação, disseminação de metodologias de qualidade, fortalecimento da imagem do software brasileiro, produção de informação sobre o setor, entre outras. Este conjunto de ações foi definido e implementado com vistas a atacar os principais problemas e dimensões críticas da indústria e, desta forma, aumentar sua competitividade.

A atuação do Sistema SOFTEX está calcada, após seus 16 anos de existência, na Sociedade SOFTEX e em uma rede de 23 Agentes Regionais, distribuídos pelo território nacional. Estes agentes SOFTEX desempenham simultaneamente o papel de apoio na formulação das ações da SOFTEX, bem como na sua execução. São entidades regionais autônomas, que atuam em articulação com a iniciativa privada, governos estaduais e municipais e contam com o suporte de centros acadêmicos e instituições de fomento para preparar empreendimentos nascentes para o mercado e apoiar empresas já consolidadas em todas as etapas de produção e comercialização de software e serviços correlatos.

Em 2007, a ação direta dos Agentes alcançou 1.643 empresas associadas. As empresas associadas aos Agentes SOFTEX são majoritariamente micro e pequenas empresas (73%). Estas atendem, na sua maioria, empresas de pequeno e médio porte (61%), mas também, em menor escala, clientes de grande porte e multinacionais. A SOFTEX possui sua sede em Campinas e um escritório em Brasília.

A figura a seguir ilustra a composição do Sistema SOFTEX.

Figura 1 - Sistema SOFTEX



O custeio da Sociedade SOFTEX é feito com recursos disponibilizados para o Programa SOFTEX pelo MCT - Ministério de Ciência e Tecnologia, particularmente recursos de contrapartidas das empresas beneficiárias dos incentivos fiscais previstos na Lei de Informática. Além do custeio, parte das ações do Programa também é realizada com recursos desta lei. Entretanto, a manutenção da Sociedade e, conseqüentemente, do capital intelectual que ela e o Sistema SOFTEX como um todo abrigam tem permitido a captação de recursos adicionais em outras fontes além do MCT, viabilizando e ampliando a implementação de ações e metas do Programa SOFTEX e da PDP. Estes recursos adicionais relacionam-se com as seguintes fontes e finalidades:

- Apex Brasil - Projeto Setorial Integrada para a Promoção de Exportações e Investimentos de Software e Serviços Correlatos - PSI SW;
- BID - Capacitação e melhoria da qualidade do software;
- BNDES - Funding para as empresas desenvolvedoras de software;
- CNPq/RHAE - Capacitação dos Agentes SOFTEX;
- CNPq/PNUD - Custeio SOFTEX
- FINEP - Capacitação e melhoria da qualidade do software;
- SEBRAE - Realização de eventos;
- ITI/Casa Civil - Realização de estudos.
- MCT/SEPIN - Programas Prioritários - Lei 8248 / 91 - Apoio aos Projetos
- SEBRAE - Projeto de Informatização de Pequenas Empresas
- ABDI/ União Européia - Projeto de Apoio a Internacionalização de Pequenas e Médias Empresas

Os resultados dessa dinâmica são notáveis. Em 2007, o MCT investiu na Sociedade SOFTEX um total de R\$ 7,81 milhões. No mesmo período, a Sociedade SOFTEX captou recursos para projetos em fontes adicionais (BID, FINEP, APEX e SEBRAE) cujo montante atingiu R\$ 9,72 milhões. Além disso, viabilizou investimentos nas empresas no montante de R\$ 19,5 milhões por meio do BNDES/PROSOFT. Nestes últimos 05 anos, o montante do orçamento anual da Sociedade SOFTEX é o apresentado na tabela a seguir.

Tabela 1 - Orçamento Anual da Sociedade SOFTEX  
Recursos efetivos e contratados

Ano	Recursos Efetivos (em milhões de R\$)	Recursos Contratados* (em milhões de R\$)
2002	2,8	2,8
2003	2,1	2,1
2004	5,0	6,3
2005	6,5	14,7 **
2006	13,00	18,9 **
2007	17,53	24,24**

Fonte: Sociedade SOFTEX

\* Recursos contratados - recursos efetivos + recursos adicionais captados

\*\* Incluindo recursos APEX BRASIL

Especificamente, em relação ao aporte de recursos APEX BRASIL e o desdobramento em contrapartidas e na captação de recursos adicionais, ação da SOFTEX tem proporcionado diversos resultados como pode ser observado no quadro abaixo.

Tabela 2 - Recursos aportados no PSI SW

Ano	Recursos APEX BRASIL (em milhões de R\$)	Contrapartidas (em milhões de R\$)
2005	1.493.564,34	3.109.693,22
2006	2.552.183,36	3.604.520,31
2007	2.011.568,18	3.301.726,97
2008	5.219.943,01	6.389.424,37
<b>TOTAL</b>	<b>11.277.258,89</b>	<b>16.405.364,87</b>

Fonte: Sociedade SOFTEX.

Com relação a sua abrangência, o PSI-SW está aberto a receber adesão de quaisquer empresas brasileiras de software e serviços correlatos. Durante 2008 foi realizado road show em 12 cidades brasileiras, buscando informar e sensibilizar as empresas da região sobre a importância que o Programa pode representar em termos de apoio para a sua inserção no mercado internacional de *software*. Com o apoio dos Agentes SOFTEX regionais e outras instituições de apoio à indústria foram convidadas empresas com interesse e/ou potencial exportador, resultando numa participação de 231 pessoas, representando cerca de 100 empresas. A partir desta ação pudemos perceber um maior entendimento do projeto por parte das empresas e entidades descentralizadas, o que está gerando um aumento do número de empresas participantes, hoje 123, e um potencial de crescimento que acreditamos se dará de forma gradativa.

## I.6 Estrutura Organizacional

A criação da Sociedade SOFTEX e sua designação como gestora do Programa SOFTEX implicaram no estabelecimento de uma estrutura administrativa e de gestão que privilegiou a participação do poder público, dos Agentes SOFTEX e de outras entidades. Este conjunto de atores - os principais *stakeholders* do Programa - é que direta ou indiretamente tem definido, implementado, acompanhado, avaliado e reformulado o Programa SOFTEX ao longo dos anos. Portanto, a criação da Sociedade SOFTEX traduziu-se na construção de uma entidade para sediar juridicamente e permanentemente o fórum de atores institucionais que conduzem o Programa SOFTEX.

A denominação Sociedade SOFTEX é uma abreviação de Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro, que é composta pelas seguintes instâncias:

- Assembléia Geral - composta pelos fundadores (pessoas físicas presentes à assembléia de fundação, em 3/12/1996) e os Agentes SOFTEX, na qualidade de associados regionais;
- Conselho de Administração - órgão colegiado de aconselhamento superior de gestão da sociedade, indicados por entidades do poder público - Apex Brasil, ANATEL, BNDES, CNPq, FINEP, Frente Parlamentar da Informática (Congresso Nacional) e SEPIN (MCT); por entidades representativas do setor de software - ABES, ABINEE, ASSESPRO, ANPROTEC, SEBRAE, SBC, FENAINFO e FENADADOS; por um representante do Conselho empresarial; por cinco AGENTES - associados regionais (eleitos para mandato de dois anos) e pelo

diretor presidente da sociedade (sem direito a voto). O Conselho reúne-se, ordinariamente, três vezes ao ano. O Presidente do Conselho é o Secretário da SEPIN – Secretaria de Política de Informática, representando o Ministério de Ciência e Tecnologia – MCT.

- Conselho Fiscal - composto por três membros efetivos, indicados pelas entidades representadas no Conselho e eleitos pela Assembléia Geral;
- Diretoria - constituída por três membros indicados pelo Conselho e eleitos pela Assembléia Geral, para mandato de dois anos, permitida a recondução.
- O corpo executivo da SOFTEX é formado por profissionais remunerados, distribuídos por áreas específicas, nos termos do seu regimento interno. A estrutura gerencial é composta por um Vice Presidente Executivo, uma Assessoria de Planejamento e Gestão, uma Controladoria e três Diretorias nas áreas de Mercado, Capacitação e Inovação e Qualidade e Competitividade.

- **Recursos Humanos da Sociedade Softex**

Atualmente o quadro de funcionários da SOFTEX é de 28 funcionários, distribuídos nas suas diretorias, sendo a Diretoria de Mercado a responsável pelo PSI SW. Possui uma equipe técnica alocada para a gestão do projeto, conforme mostraremos a frente, e uma área de administrativa e financeira, que apoia a execução do projeto.

## I.7 Capacidade de prestação de serviços

A capacidade de prestação de serviços da Sociedade SOFTEX e das entidades que conformam o Sistema SOFTEX pode ser evidenciada, além do exposto nos itens anteriores, pela explicitação de suas atividades.

A seguir são apresentadas as principais ações atualmente realizadas pela Sociedade SOFTEX e que, junto com a experiência acumulada de mais de uma década, compõe a base de conhecimentos que subsidiam sua inteligência de exportação.

- **MPS.BR.** – O MPS.BR é um conjunto de metodologias criado pela Sociedade SOFTEX e por entidades renomadas (ver [www.softex.br](http://www.softex.br)) para tornar viável a certificação em qualidade para PMEs. O propósito do MPS.BR (acrônimo) é a Melhoria de Processo do Software Brasileiro, compreendendo duas metas (desafios):
  - Meta técnica:
    - criação e aprimoramento do modelo MPS em conformidade com as normas ISO/IEC 12207 – *Software Life Cycle Processes* e ISO/IEC 15504 – *Process Assessment*
    - compatível com o CMMI
    - baseado nas melhores práticas da Engenharia de Software
    - adequado à realidade das empresas brasileiras
  - Meta de mercado: disseminação e adoção do modelo MPS (em todas as regiões do país, num intervalo de tempo justo, a um custo razoável)
    - tanto em pequenas e médias empresas (PME)

- quanto em grandes organizações públicas e privada

A meta de adesão das empresas brasileiras ao MPS.BR para o final de 2007 - 80 empresas - foi superada: o MPS.BR está em implantação, no modelo cooperado, em 100 empresas. Até 2007 mais de 3.200 pessoas participaram de cursos MPS.BR (a meta SOFTEX era capacitar 1.200 pessoas em 3 anos). Em 2007 foram formados 12 grupos de empresas para implantação no modelo cooperado. Projeto apoiado por BID, FINEP e MCT.

- **SIBSS.** É uma parceria da SOFTEX com o IBGE para produzir indicadores confiáveis para a Indústria de Software. Concebido para reunir informações abrangentes sobre a indústria brasileira de software, o Sistema de Informação da Indústria Brasileira de Software e Serviços (SIBSS) já definiu e validou seu conjunto de indicadores e se encontra na fase de pesquisa de campo junto às empresas filiadas ao Sistema SOFTEX. Uma pequena parte dos resultados obtidos por este Sistema foi utilizada nos itens posteriores. Projeto apoiado pelo MCT.
- **Portfólio SOFTEX.** Meta do planejamento estratégico de 2006 e publicado no início de 2007, o mapeamento de competências do Sistema SOFTEX consolida o Portfólio de Serviços oferecidos pelo sistema. O documento, divulgado no Portal SOFTEX, indica as competências do sistema em termos dos serviços oferecidos pelos Agentes SOFTEX e pela própria Sociedade, fortalecendo a atuação conjunta.
- **PROIMPE.** Articulado pelo SEBRAE, o PROIMPE, Programa de Estímulo ao Uso de Tecnologias da Informação em Micro e Pequenas Empresas, reúne 15 projetos, 5 dos quais sob a responsabilidade da Sociedade SOFTEX. O PROIMPE foi criado para estimular a utilização de tecnologias da informação em micros e pequenas empresas brasileiras visando informatizar e/ou otimizar os processos dos setores produtivos envolvidos, e também desenvolver as MPE fornecedoras de soluções de TIC. Projeto apoiado pelo SEBRAE.
- **Tecnologias emergentes.** Pelo menos 10 agentes SOFTEX atuam direta ou indiretamente em projetos relacionados a tecnologias emergentes. Há 19 projetos que incluem áreas como telemedicina, concepção e projeto de circuitos integrados, sistemas inovadores em agricultura, internet via rede elétrica, tecnologias inovadoras para ensino de idiomas estrangeiros, rastreabilidade vegetal, sistemas de redes sociais (do tipo Orkut) via celular, além de toda a cadeia de TV digital. Projetos apoiados por diversas fontes através dos Agentes SOFTEX.
- **Arranjos Produtivos Locais - APLs.** Pelo menos 17 agentes estão ativamente envolvidos com pólos e parques tecnológicos, e arranjos produtivos locais, desempenhando papéis diversos como gestão, consultoria, transferência de tecnologia, articulação e coordenação de projetos. Projetos apoiados por diversas fontes através dos agentes SOFTEX.
- **Políticas do setor.** A Sociedade SOFTEX tem contribuído ativamente para a formulação de políticas do setor, especialmente:
  - Participação na iniciativa “Estratégia Nacional de TIC”, conduzida pela ABDI.

- Apoio à FINEP na chamada pública “FINEP Subvenção Econômica à Inovação”. A subvenção é um recurso não reembolsável para incentivo a projetos inovadores, que despertou grande interesse em 2007 e 2008.
  - Apoio ao BNDES na reformulação e operacionalização do Prosoft.
  - Participação ativa junto à Frente Parlamentar de Informática do Congresso Nacional visando aperfeiçoamento de modelos de incentivo ao setor.
- **PROSOFT.** O Programa de Desenvolvimento da Indústria Nacional de Software e Serviços de Tecnologia da Informação, do BNDES, foi estendido até 2012, com um orçamento de R\$ 1 bilhão destinados ao apoio à indústria brasileira de software. O processo contou com participação ativa da Sociedade SOFTEX, que subsidiou a decisão através de uma pesquisa realizada junto aos clientes do programa. A renovação do PROSOFT manteve e ampliou a bem sucedida parceria com a SOFTEX, que agora pode apoiar as empresas na solicitação de qualquer uma das modalidades de financiamento previstas, Prosoft-Empresa, Prosoft-Exportação e Prosoft-Comercialização. Além disso, a SOFTEX passou a orientar também o encaminhamento de planos de negócios de grandes empresas e a trabalhar com operações mais complexas, muitas delas envolvendo processos de fusões e aquisições. No âmbito da operação realizada com a SOFTEX, a linha Prosoft-Empresa encerrou 2008 com ótimos resultados. Foram contratados apoios financeiros que somam R\$ 220 milhões, um novo recorde histórico, 10 vezes superior ao volume aprovado em 2007.
  - **Termo de referência do Programa SOFTEX.** Em 2007 a Sociedade SOFTEX prosseguiu na posição de gestora do Programa Prioritário SOFTEX, em conformidade com a decisão do CATI - Comitê da Área de Tecnologia da Informação, publicada no DOU. O Termo de Referência especifica o foco de atuação e as diretrizes estratégicas que devem orientar os projetos do Programa SOFTEX, que podem ser executados utilizando-se os recursos advindos da contrapartida das empresas beneficiárias da Lei de Informática.
  - **Concurso BRGames.** Em 2008 a articulação com a Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos - ABragames, que se iniciou com a parceria no PSI SW, permitiu a realização de uma ação conjunta, em parceria com a Secretaria de Audio Visual do Ministério da Cultura, para a organização do evento BR Games. Este evento apoiará o desenvolvimento de 10 demos jogáveis, escolhidos por um edital público, que além de apoio financeiro para o seu desenvolvimento, terão como prêmio a participação em uma das feiras internacionais previstas neste projeto para as empresas do Grupo Empresarial de Games.

## **PARTE II - Escopo da Proposta**

### **II. 1 Especificidades do Setor de Software<sup>1</sup>**

O software é crescentemente importante nas mais diversas atividades humanas. Ele se faz presente em aplicações das tecnologias de informação e comunicação na condição de sangue vital da informática (Narasimhan, 1993), mas também em atividades tradicionais, que se renovam e se transformam com sua presença.

Apesar do papel crucial que ocupa como atividade econômica, seja diretamente pelos valores movimentados pela indústria de software, seja indiretamente, pelos efeitos que sua pervasividade exerce sobre o desempenho das diferentes atividades, sua dimensão econômica ainda é insuficientemente avaliada e compreendida no Brasil.

A sua natureza específica como mercadoria imaterial, bem como a heterogeneidade das funções associadas ao seu desenvolvimento, convidam um olhar mais atento. As características intrínsecas do software e de seu processo produtivo desdobram-se em padrões concorrenciais diferenciados: aspectos presentes em outras atividades econômicas, como externalidades de rede (predomínio de padrões) e retornos crescentes de escala<sup>2</sup>, apresentam aqui expressões singulares, e se manifestam com intensidades variadas nos diferentes segmentos desta indústria.

A heterogeneidade das atividades de software é multifacetada, e diversas taxonomias são possíveis. Os principais aspectos do padrão competitivo podem ser considerados em três segmentos principais<sup>3</sup>: serviços em software de baixo valor, serviços em software de alto valor e software pacote. A intensidade das barreiras à entrada, assim como as decorrentes possibilidades de ingresso de novos competidores dependem das características de cada segmento. De modo geral, identifica-se nos mercados de software a coexistência e interação de fatores que promovem tendencialmente a concentração dos mercados e convergência em torno de padrões dominantes (tendência centrípeta), bem como fatores atuantes em sentido oposto, estimulando a dispersão dos mercados e fragmentação dos padrões (contra-tendência centrífuga).

---

<sup>1</sup> Este item foi extraído e adaptado (para o contexto deste documento) do trabalho de José Eduardo Roselino: "A Indústria de Software: o "modelo brasileiro" em perspectiva comparada", Instituto de Economia, Unicamp, 2006.

<sup>2</sup> Em parte decorrente das características de não-rivalidade no uso do software, inovações em produtos complementares, proliferação de nichos para inovação, etc.

<sup>3</sup> Esta taxonomia é bastante diversa, considerando-se diferentes autores. Há o consenso de que são dois os modelos básicos: produtos e serviços. Entretanto, há uma zona de transição não definida entre produtos e serviços que ainda não é precisamente definida. Para Botelho et Al, as categorias relacionadas a produtos são software pacote, componentes/software embarcado e produtos customizáveis. As categorias relacionadas a serviços são serviços de baixo valor e de alto valor. Para facilitar a análise sintetizada a que se propõe este documento, adotaremos a visão simplificada apresentada em Roselino (2006).

Dos três segmentos, o de serviços em software de baixo valor é aquele que envolve menor conteúdo tecnológico. As atividades concentram-se no desenvolvimento de funções simples que exigem conhecimentos gerais de informática, geralmente de nível técnico. O trabalho é normalmente repetitivo e obedece a rotinas pré-estabelecidas, caracterizando-se por baixas possibilidades de ganhos de escala. São reduzidas as barreiras à entrada e a concorrência se dá primariamente com base nos custos de desenvolvimento.

Já o segmento de serviços em software de alto valor apresenta aspectos distintos. As atividades nesse caso já incorporam funções mais complexas, incluindo-se a análise de requisitos e o design de alto nível. Aqui já se erguem maiores barreiras à entrada, seja pela maior complexidade e conteúdo tecnológico, associado ao domínio de conhecimentos tácitos específicos, seja pela existência de vantagens de escala, obteníveis pela componentização e reutilização de módulos.

O segmento de software produto é o que com maior intensidade se manifesta a tendência centrípeta. Nesse caso os retornos crescentes de escala são determinantes do sucesso competitivo, e em alguns casos, são associados a expressivas externalidades de rede. O sucesso competitivo exige incessantes esforços inovativos, conferindo a essas atividades intenso dinamismo tecnológico.

Quadro 1 - Forças disciplinadoras de mercado e modelos de negócios do setor de software

Modelos de Negócios	Serviços de Baixo Valor	Serviços de Alto Valor	Produtos
Força Disciplinadora			
Convergência em torno de padrões dominantes (retornos crescentes de escala)	-	+	+++
Dispersão de mercados e fragmentação de padrões	+++	+	+

Fonte: livre adaptação de Roselino (2006)

Estas considerações são importantes para adequar as ações para a promoção da exportação ao modelo de negócios predominante da empresa participante do PSI SW e que é abordada em seu modelo estratégico, como será visto mais adiante.

## II.2 Trajetória e Perfil do Setor de Software no Brasil

A indústria brasileira de software apresenta números expressivos que a situam entre as dez maiores do mundo. A tabela a seguir ilustra o crescimento desta indústria

Tabela 4 - Indicadores da Evolução da Indústria Brasileira de Software (IBSS)<sup>4</sup>

	2003	2004	2005	2006
Receita Líquida - valores nominais (R\$ bi)	23,6	27,4	30,5	36,8
Exportação - valores nominais (R\$ bi)		0,77	0,94	1,89
Empresas com mais de 20 ocup.		1557	1730	
Empresas exportadoras		46	59	
Pessoas ocupadas	265.029	297.333	332.332	378.576
No Pessoas Assalariadas	178.164	197.553	243.594	284.521

Fonte: Sistema de Informações da Indústria Brasileira de Software e Serviços - SIBSS  
Sociedade SOFTEX

Observa-se pela tabela um acentuado crescimento da IBSS até o ano de 2006, com taxas acima de 10%, sendo que no ano período 2005/2006 registra-se um aumento de aproximadamente 20% nas receitas líquidas e mais de 100% de aumento na receita de exportação.

Igualmente significativo é o número absoluto de pessoas ocupadas por esta indústria e também seu crescimento, sempre acima de 10% neste período.

Portanto, apesar de ser um Setor com forte predominância de empresas transnacionais (como será visto mais adiante), apresenta indicadores de uma participação significativa, quer em termos de mercado, quer em termos de ocupações geradas, apesar do pouco tempo de existência como setor individualizado.

Pode-se dizer que a trajetória do Setor de Software no Brasil iniciou-se praticamente nos anos de 1990, com o fim da reserva de mercado para hardware. Antes disto a produção de software era basicamente a incorporada em equipamentos dos grandes fabricantes de hardware.

As principais dimensões que modularam a trajetória deste Setor em seu início foram a abertura econômica e a ausência de uma política pública específica para o Setor de Software (Stefanuto, 2004).

---

<sup>4</sup> Estes números são recentes e ainda não haviam sido tornados públicos quando da formulação deste documento. São números obtidos do Projeto do Sistema de Informações da Indústria Brasileira de Software e Serviços, um projeto conjunto SOFTEX e IBGE, que tem por finalidade construir indicadores confiáveis da IBSS. Dadas as metodologias, conceitos adotados e as bases de dados agora disponíveis para a construção de indicadores, os resultados (indicadores) distam dos anteriormente divulgados pela SOFTEX. Um exemplo disto é o número de empresas de software presentes no Brasil, que pelos estudos chega ao número de 52.663, porém os próprios autores da pesquisa recomendam que não seja utilizado este dado, dado o forte estímulo às novas formas de contratação e terceirização, que provocam distorções nestes indicadores. A recomendação então é a de se considerar apenas o número de empresas com mais de 20 ocupados.

Com o fim da reserva, as grandes empresas de hardware foram expostas ao forte dinamismo do mercado internacional de informática, que estava explodindo nos anos 80 e no qual as empresas brasileiras não tinham condições de competir (Botelho et alli, 2003). Adicionalmente, muitas empresas locais não envidaram esforços para inovar e os incentivos governamentais se mostraram insuficientes para alterar tal comportamento. Como decorrência, a base tecnológica criada nos anos da reserva iniciou uma rápida migração para o Setor de Software, que emergia com um manancial de novas oportunidades e uma nova dinâmica de produção, que abria diversas possibilidades para ações empreendedoras. O paradigma da pequena empresa de software criada por jovens egressos da universidade que atuava em nichos estratégicos, com crescimento explosivo, tendo a Internet como elemento impulsionador, alicerçada no exemplo da Microsoft e outras empresas, era um grande fator de estímulo de diversos empresários.

Sensível a esta nova realidade que se conformava e buscando preservar os grandes fabricantes de hardware diante da abertura, o Estado, tendo à frente o Ministério de Ciência e Tecnologia implementou uma nova Lei de Informática (8248/91) e lançou o Programa SOFTEX 2000.

Já a formulação do Programa Softex 2000 (que efetivamente se iniciou em 1993), era embasada e considerava todas as características e potencialidades do novo paradigma do software. O programa surge com objetivos ambiciosos de se atingir 1% do mercado mundial em menos de uma década, em um setor praticamente recém-nascido e de implantar uma cultura de exportação em um país que não possuía tradição de exportação de tecnologia.

A maior parte do esforço e dos resultados de exportação de software brasileiro decorrem da ação destes dois instrumentos de política pública. Porém eram necessários outros instrumentos de política pública, complementares a estes para potencializar e integrar as ações de exportação e o aproveitamento da base tecnológica construída pela Lei de Informática.

Estes instrumentos só começaram a ser criados na década de 2000, com a implantação da Política Industrial Tecnológica e de Comércio Exterior – PITCE, onde o software foi definido como área prioritária e de outros instrumentos disponibilizados pela Lei do Bem, etc. Este conjunto de instrumentos indicam uma maior percepção governamental acerca da potencialidade do software.

Outros países emergentes como China e Índia, implementaram antecipadamente políticas setoriais específicas para o software. A Índia criou instrumentos de isenção de impostos para empresas exportadoras de software, favorecendo que grandes grupos nacionais investissem no desenvolvimento deste setor. A China criou mecanismos diversos para auferir competitividade em hardware, utilizando estrategicamente as competências de mercado desenvolvidas para fomentar o setor de software, inicialmente o embarcado e, em um segundo momento, a prestação de serviços ( Veloso et alli, 2005).

Um outro fator que determina as principais características do Setor de Software no Brasil, diz respeito à dinâmica do mercado interno. Por ser o maior mercado de TI da América Latina e ser aberto (muito mais do que outros países, inclusive países desenvolvidos), o mercado brasileiro exerce forte atração nas empresas locais e estrangeiras.

A abertura econômica inaugurou um rápido processo de introdução de novas tecnologias no País e permitiu a rápida disseminação de equipamentos e produtos de hardware e software. Porém, a forma como se deu esta abertura, rápida e sem considerar os ativos construídos ao longo dos anos, levou a uma demanda que as empresas nacionais não tinham condições de atender ou de competir com empresas multinacionais em sua maior parte. Para os chamados produtos de prateleira (que respondiam pela maior fatia de mercado), a penetração do mercado pelas multinacionais foi imediata. Porém, uma parte da demanda necessitava de produtos adaptados (customizados) às características específicas do negócio do cliente, que demandavam conhecimentos específicos do mercado nacional e/ou que a escala de produção não era atraente para o desenvolvimento de novos produtos por empresas multinacionais. Principalmente, nestes segmentos é que as empresas de software nacionais encontraram espaços para se desenvolver e que se desenvolveu a base de conhecimentos que hoje permite a prestação de serviços especializados (Veloso et alli, 2005).

Porém o equacionamento destas capacidades para conformar uma indústria nacional de software pujante, ainda está sendo construído. As capacidades nacionais ainda encontram-se fragmentadas e aderentes à realidade de cada segmento de mercado. Assim, mercados com demandas sofisticadas e capitalizados, como por exemplo o mercado financeiro e de telecomunicações, estimularam o desenvolvimento de diversas competências de TICs, internas ao País. Setores com demandas menos especializadas e/ou menos capitalizados, embora estratégicos para o País, como o agropecuário, o turístico, etc., ainda estão desenvolvendo estas competências, em densidade tecnológica, nível de inovação, etc.

Outros setores, estratégicos para a construção de um novo país como a educação, saúde, etc., ainda foram pouco explorados. São mercados com poucos incentivos governamentais para o uso de TICs, mas com impactos sistêmicos potenciais. E hoje o Brasil já possui uma base de capacidades instalada que pode atender a estes setores, mediante a existência de políticas horizontais (inter-setoriais) de incentivos. Por exemplo, existem hoje centros de competências em tecnologias de visualização (simulação gráfica etc.) direcionadas para o Setor Petrolífero, cuja base de conhecimentos permite a construção de ferramentas para telemedicina, educação à distância, modelos simulados de monitoramento ambiental, etc.

Portanto, hoje o Setor de Software no Brasil compõe-se de um conjunto de realidades distintas, com diferentes graus de amadurecimento tecnológico (Botelho et alli, 2003). Estas diferentes realidades, capacidades representam uma diversidade de competências que poucos países possuem.

Esta diversidade parece ser a característica deste Setor e, ao invés de uma fragilidade, uma possibilidade de construção de um novo modelo de produção e exportação de software.

Portanto, um programa de exportação de software aderente às condições deste Setor no Brasil, para ser efetivo, teria que considerar este mosaico de capacidades e diversidades de atuação. Por estas razões, o PSI SW construiu os portfólios de soluções verticais (PSVs), que serão abordadas mais à frente. Ou seja, o modelo estratégico do Programa partiu de uma realidade pré-existente, buscando construir bases para sua inserção em novos modelos de exportação.

Como será visto mais adiante, as tendências de desenvolvimento do Setor de Software em âmbito internacional como o impacto das redes, dos padrões abertos e outros, que veremos

mais adiante, são mais aderentes à diversidade, do que em modelos de competências centralizadas em nichos.

## **II.3 Evolução da exportação de Software no Brasil - evolução do modelo e resultados do PSI SW**

### **II.3.1 Evolução da Cultura Exportadora de Software, surgimento e evolução do PSI SW**

Como comentado anteriormente, a cultura de exportação de software no Brasil, basicamente formou-se a partir das ações do Programa Softex 2000, posteriormente denominado Programa SOFTEX. Mais recentemente, estas ações foram potencializadas pelo apoio, objetivos, ações e recursos da Apex Brasil em prol da exportação, que é o objeto deste documento.

Inicialmente, o foco das ações para a formação de uma cultura exportadora estiveram voltados para a sensibilização e construção de uma identidade das empresas exportadoras, pois boa parte das empresas ainda não tinha sequer participado de uma feira internacional.

Com a evolução do Setor de Software e do estímulo às atividades exportadoras no Brasil, houve um amadurecimento tanto da demanda das empresas para a exportação, quanto dos próprios mecanismos e incentivos para exportar. A experiência acumulada pela SOFTEX ao longo dos anos permitiu uma ampliação de seu escopo de atuação, aproximando-a mais das grandes empresas exportadoras de software. Apesar das demandas das grandes empresas estarem mais direcionadas para apoios de políticas públicas ou de financiamento, a SOFTEX passou a atuar em dimensões que também contribuem para estas empresas como fortalecimento da imagem, articulação de oportunidades de negócios, etc.

O Programa Setorial Integrado de Exportação de Software e Serviços Correlatos, PSI SW, surgiu em 2004, a partir da interação entre a SOFTEX e Apex Brasil.

Inicialmente, o PSI SW buscou concentrar sua ação em disseminar as competências já existentes no País, visto que ainda pouco se conhecia acerca destas capacidades no exterior. Isto, de fato, ainda se constitui um gargalo para a exportação (ver item seguinte), muito embora, já se tenha avançado muito nestes anos. A atuação foi então centrada na construção de um portfólio de soluções nacionais.

Com o avanço e amadurecimento das ações, verificou-se a necessidade de estruturar este portfólio por segmento de mercados do setor de software, que veio a ser denominado como Portfólios de Soluções Verticais-PSV. Ou seja, verificou-se que cada segmento (telecomunicações, saúde, games, etc), possui peculiaridades que demandam ações específicas para potencializar sua exportação. Assim, a formulação, planejamento de ações, etc., passou a se basear no conceito de Verticais.

Porém, nas reuniões de acompanhamento de resultados e planejamento de ações, evidenciou-se a necessidade de se incorporar outras dimensões ao PSI, a transversalidade e transdisciplinariedade de ações, dado as novos padrões de organização do mercado mundial de software (ver item a seguir). Também se verificou a necessidade de sistematizar a avaliação que é feita das condições que cada empresa participante do PSI se encontra em

termos de capacidade de exportação. A isto chamou-se de Índice de Prontidão para Exportação (IPE) que é definido através do levantamento de indicadores junto às empresas (ver anexo).

O conjunto destas reflexões levou a novos aprimoramentos no modelo do PSI SW que é um modelo evolutivo e adaptativo em relação à evolução internacional do Setor de Software (Ver item Modelo PSI).

### II.3.2 Principais Resultados até o momento

Seguem abaixo os principais resultados quantitativos e qualitativos do PSI SW.

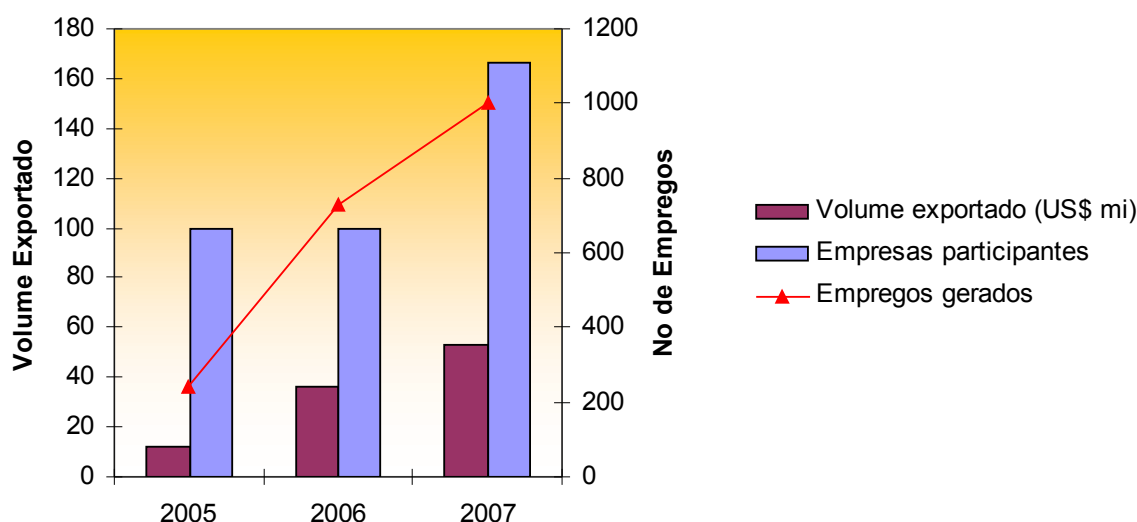
Tabela 5 - Indicadores Quantitativos da evolução do PSI SW

	2005	2006	2007	2008
Volume exportado (US\$ mi)	11,9	36,4	53,0	87,1
Empresas participantes	100	100	123	126
Empregos gerados	240	730	1000	1427

Fonte: Sociedade SOFTEX, 2008.

Os mesmos dados são apresentados em forma gráfica para uma melhor visualização do significativo crescimento dos indicadores.

Figura 1 - Indicadores Quantitativos do PSI



Do primeiro para o segundo ano do projeto, observa-se um crescimento explosivo de mais de 200% no aumento da receita e número de empregos gerados. No terceiro ano, há um crescimento menor, porém ainda bastante significativo (por volta de 40% - quase 10 vezes o crescimento do PIB nestes anos) nos indicadores de volume exportado e de geração de empregos. Observa-se um maior crescimento do número de empresas participantes, sem porém impactar extraordinariamente os outros indicadores. Isto pode ser explicado pela entrada de um maior número de pequenas empresas e de empresas com pouca experiência em exportação, fruto das ações de sensibilização do PSI SW.

Quanto aos resultados qualitativos, o quadro a seguir apresenta alguns dos principais resultados obtidos pelo Programa desde o seu início.

Quadro 2 - Principais Resultados Qualitativos do PSI SW

- Ganho de escala na abordagem comercial: a oferta deixa de ser unitária para ser de um conjunto de soluções ou serviços.
- Aquisição de experiência internacional para os empresários participantes
- Diminuição de custos na promoção comercial.
- Diminuição de custos para resolução de problemas comuns (legais, tributários, etc)
- Troca constante de informações entre as empresas
- Surgimento de novas ofertas de valor combinadas
- Soluções mais robustas e consistentes
- Fortalecimento da imagem do Brasil como provedor global de soluções e serviços de TI e como alternativa viável para terceirização de serviços de países desenvolvidos.

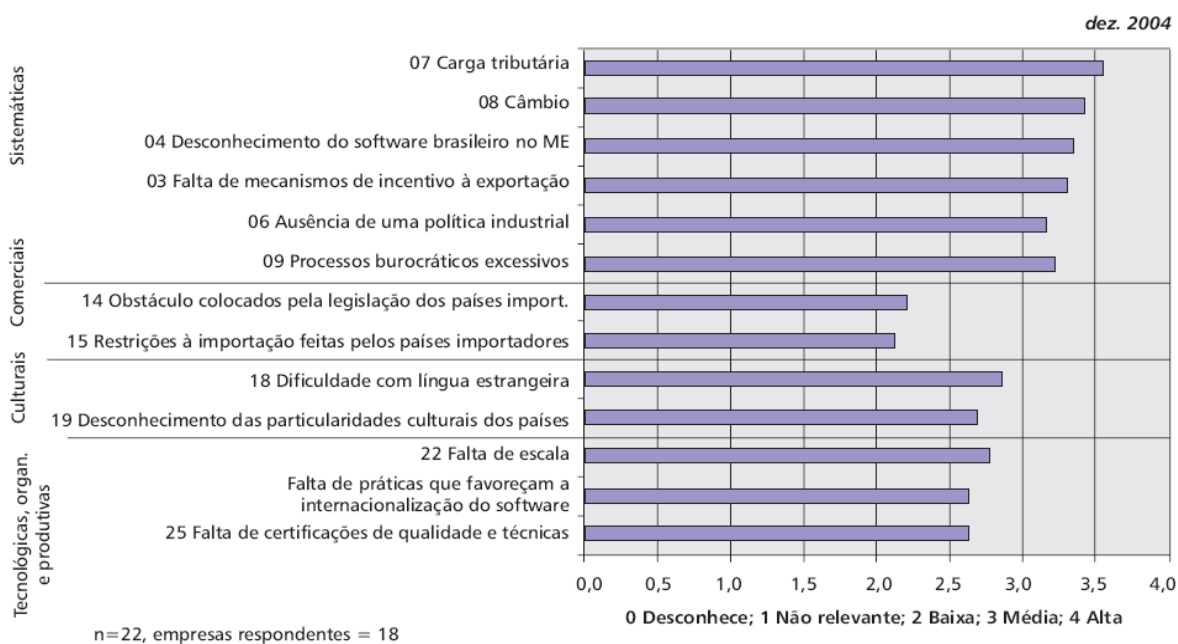
Fonte: Sociedade SOFTEX, 2008

## II.4 Barreiras e principais exigências dos clientes à exportação

Neste item são apresentados os principais resultados da Pesquisa do Perfil das Empresas Exportadoras de Software, conduzida pela SOFTEX e cujos resultados auxiliam o embasamento das ações PSI.

### II.4.1 Barreiras<sup>5</sup>

Figura 4 - Principais barreiras para a exportação de software brasileiro



Fonte: Estudo “Perfil das Empresas Exportadoras de Software” – Quadros et alli, 2005- Sociedade SOFTEX

Como pode ser observado na figura acima, a maior parte das barreiras identificadas diz respeito a obstáculos de ordem sistêmica, alguns configurando-se até como externalidades. Portanto, algumas barreiras transcendem a esfera de ação do PSI SW. Porém, mesmo tendo barreiras de magnitude mais ampla, o PSI SW também atua diretamente ou indiretamente.

O desconhecimento do software brasileiro é um gargalo que se reduz ano a ano como decorrência da ação da Apex Brasil e da SOFTEX. Logicamente, sua eliminação demanda ações mais amplas e conjugadas com outros Ministérios como relações exteriores, Casa Civil, etc.

A falta de mecanismos de incentivo à exportação vem sendo atacada ao longo dos anos pela própria Sociedade SOFTEX e diz respeito à incompletude de instrumentos decorrentes de uma efetiva política setorial para o Software, como analisado no item II.2

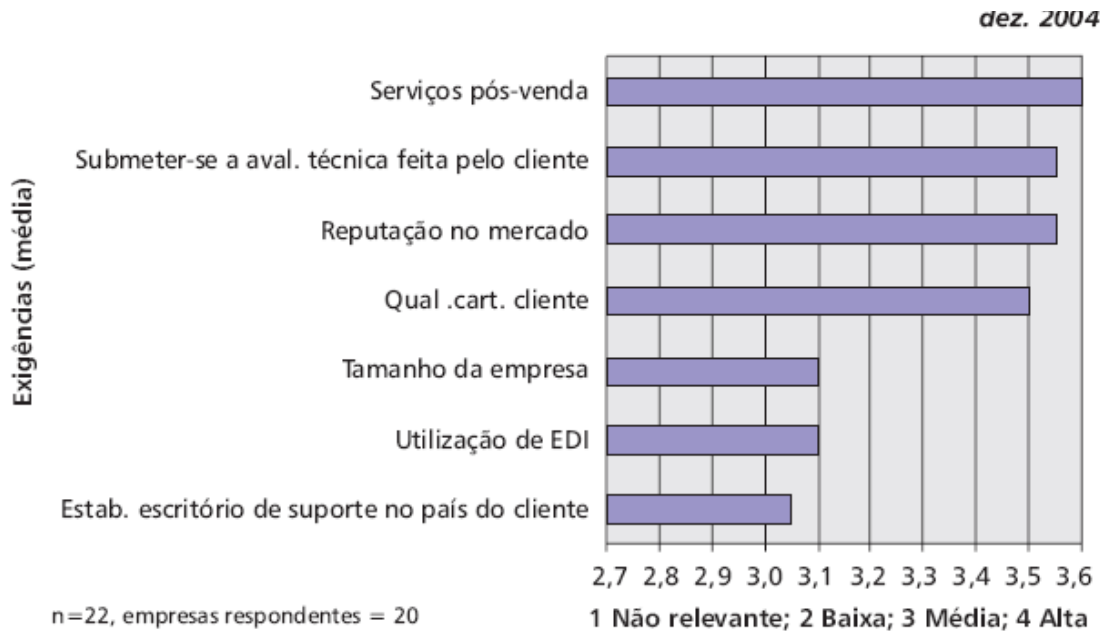
As outras barreiras, culturais e comerciais, tem um impacto bem mais intenso do PSI SW, através do desenvolvimento de uma inteligência de exportação, do Portifólio de Soluções Verticais, etc., que aprofundam o entendimento e equacionamento dos mercados-alvo do Programa.

E as barreiras organizacionais são atacadas tanto pelas ações do PSI SW como demais ações da SOFTEX como o MPS.Br, a linha de financiamento PROSOFT, etc.

As novas ações formuladas neste projeto (ações horizontais, cloud projects, etc), que serão tratadas mais à frente, tem por finalidade potencializar o impacto do PSI SW na superação destas barreiras, buscando a integração de esforços e capacidades entre as empresas de software.

#### **II.4.2 Exigências dos Clientes para Exportação**

Figura 5 -Principais exigências de clientes para a exportação de software brasileiro



Fonte: Estudo “Perfil das Empresas Exportadoras de Software” – Quadros et alli, 2005- Sociedade SOFTEX.

Neste item, a atuação do PSI SW também é amplamente impactante e as ações previstas neste documento tem como foco a ampliação deste impacto e superação destas barreiras.

A introdução de escritórios virtuais no exterior, as presença continuada em alguns mercados, os consórcios de empresas por Portifólio de Soluções Verticais (PSVs), as ações para ampliação da imagem do software brasileiro, são algumas das ações propostas para superar estas barreiras.

## II.5 Tendências do Setor de Software e Contexto Internacional

O Setor de Software, por suas características intrínsecas de intangibilidade, possui um forte ritmo de mudanças e reformulações. Estes processos foram fortemente catalisados com o surgimento e desenvolvimento da Internet. Além disto, os próprios processos de reestruturação das atividades produtivas, com movimentos cíclicos de centralização, descentralização relacionados às forças centrífugas e centrípetas (citadas anteriormente), também imprimem ciclos constantes de renovação. Há ainda uma terceira dimensão relacionada à intensidade de P&D, que grandes empresas de software, de hardware de telecomunicações e de outros setores onde o software é um fator estratégico, empreendem para se manterem competitivas que também é um forte fator de reformulação.

Há ainda variáveis exógenas ao Setor de Software que têm profundo impacto em sua trajetória, alguns dos quais citaremos nestes itens.

De todas as dimensões citadas, daremos menos ênfase aos aspectos direcionados à tecnologia, uma vez que atualmente esta é uma das variáveis endógenas ao Setor de

Software que apresenta uma intensa variabilidade. Isto resulta de fatores diversos como a guerra de padrões, as indefinições acerca da convergência digital, o excesso de tentativas para a construção de necessidades de consumo para financiar novos padrões tecnológicos, etc.

Uma das premissas assumidas para a confecção deste projeto, e que será repetida mais à frente, é que acredita-se que a competitividade do Brasil no Setor de Software não está associada à especialização em alguns nichos tecnológicos, mas sim relacionados a novos processos de construção da tecnologia, novas formas de comercialização, novas abordagens de mercado, etc. Isto não significa a proposição de um abandono das atividades de P&D, mas que as mesmas passem a se alinhar com as estratégias citadas, ao invés de tentar se fazer o oposto.

Assim, abordaremos a seguir apenas algumas das tendências que tem sido apontadas pelas diversas pesquisas SOFTEX e de outros grupos de pesquisa, nacionais e internacionais. Também considera entrevistas realizadas com especialistas, algumas específicas para a formulação deste documento (citados na introdução deste documento) e também fruto da participação da coordenação deste projeto em diversos eventos nacionais e internacionais relativos a este tema.

### **II.5.1 Emergência de Redes, Padrões Abertos e a Economia do Conhecimento**

O impacto da emergência dos modelos relacionados ao software livre e a padrões abertos respondem a um processo mais amplo de democratização da informação e construção coletiva que a Internet vem proporcionando. Não se trata da eliminação dos padrões anteriores de produção de software proprietário, mas da correção de uma distorção que aconteceu nas décadas anteriores de excessivo processo de concentração de mercado, baseados em estratégias de *lock-in*<sup>6</sup>

Como consequência, novos modelos de produção emergiram, concretizando ferramentas diversas de software, onde o ícone principal é o sistema operacional Linux.

Este modelo sinaliza para uma tendência que vem sendo citada em diversos estudos, que é o desenvolvimento colaborativo, a busca de interoperabilidade e plataformas comuns de desenvolvimento. Estes elementos já são incorporados por projetos nacionais de desenvolvimento de software e de novos modelos de negócios, principalmente na Europa e por grandes empresas de hardware, buscando novas estratégias de competitividade.

No Brasil estes novos modelos tem sido mais incorporados na esfera governamental, como função de diretrizes políticas assumidas a partir do Governo Lula. A experiência brasileira é inclusive reconhecida internacionalmente, mas ainda há um forte hiato entre o desenvolvimento destes modelos e o aproveitamento dos mesmos como vantagem competitiva das empresas nacionais. Em parte, porque ensejam uma nova cultura empresarial, de colaboração, de compartilhamento de conhecimentos, de ganhos mais associados a processo e serviços do que produtos, etc.

---

<sup>6</sup> Aprisionamento do usuário pela imposição de padrões, de estratégias que aprisionem o usuário a determinado produto ou serviço, etc.

Porém, outras características do Setor de Software no Brasil (item anterior) parecem justamente se alinhar potencialmente com estes novos modelos: predominância de pequenas empresas capacitadas em nichos tecnológicos diversos, existência de empresas globais que já operam neste modelo, uma cultura de uso governamental de software livre, etc.

#### BOX

Uma das experiências de uso do software livre na gestão pública é o Portal do Software Público Brasileiro, iniciativa da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação. Neste portal foi criado um ambiente de produção colaborativa, baseado na abertura de código-fontes de produtos de software, que passam então a ser apropriados publicamente. Os conhecimentos e contribuições gerados no entorno de cada software pela comunidade virtual são registrados e conformam capacidades que podem ser comercializadas no mercado virtual, presente no mesmo portal. Assim, empresas beneficiam-se do conhecimento adquirido e simultaneamente potencializam a comercialização destes conhecimentos na forma de serviços.

A emergência de novos padrões de produção de conhecimentos (descentralizados, em comunidades virtuais, etc) e a introdução de novos mecanismos de comercialização virtuais, trouxeram diversos impactos para setores tradicionais da economia. Alguns setores tiveram diversos de seus processos reformulados. Mas houve também (e continua havendo) a criação de novas formas de construção científica, tecnológica e por consequência, econômica, em tal intensidade, que tem sido chamada de Economia do Conhecimento, Economia de Bens Intangíveis ou a Nova Nova Economia.

Um dos ícones deste movimento é a Wikipédia, cujos modelos de produção colaborativa está induzindo novas formas de produção industrial.

#### BOX

Wikipédia é uma enciclopédia multilíngüe online livre, colaborativa, ou seja, escrita internacionalmente por várias pessoas comuns de diversas regiões do mundo, todas elas voluntárias. Por ser livre, entende-se que qualquer artigo dessa obra pode ser transcrito, modificado e ampliado, desde que preservados os direitos de cópia e modificações. Criada em 15 de Janeiro de 2001, baseia-se no sistema wiki (do havaiano wiki-wiki = "rápido", "veloz", "célere").

O modelo wiki é uma rede de páginas web contendo as mais diversas informações, que podem ser modificadas e ampliadas por qualquer pessoa através de navegadores comuns ou outro qualquer programa capaz de ler páginas em HTML e imagens. Este é o fator que distingue a Wikipédia de todas as outras enciclopédias: qualquer pessoa com acesso à Internet pode modificar qualquer artigo, e cada leitor é potencial colaborador do projeto. O número total de páginas ronda os 24 milhões e inclui imagens, páginas de usuários, páginas de discussão, categorias, predefinições, páginas de gestão dos projectos, etc.

Para Benkler (2006), esta nova economia tem características muito distintas dos modelos tradicionais e representam um novo padrão de produção que estimula a autonomia. Segundo o autor: “a Economia da Informação em Rede aumenta as capacidades práticas dos indivíduos em 3 dimensões:

- I. Ela aumenta a capacidade dos indivíduos em fazer mais e por eles mesmos;
- II. Ela aumenta a capacidade de fazer mais, colaborativamente, sem as restrições de organizar suas relações através de modelos sócio-econômicos e organizacionais hierárquicos;
- III. Ela aumenta a capacidade dos indivíduos de fazer mais em organizações formais que operem fora da esfera de mercado.

Assim, o que ocorre é que a produção de intangíveis, onde o software é o caso emblemático, direciona-se para a somatória das unidades de produção individuais, a maior parte das vezes transcendendo os limites organizacionais. Ou seja, cada desenvolvedor, cada usuário passa a fazer parte desta rede e passa a ser uma unidade produtiva.

Esta nova dinâmica, que hoje transcende o modelo de produção de software livre, tem sido apropriada por empresas transnacionais, mas abre um horizonte de possibilidades para pequenas e micro empresas de software, bem como novos arranjos produtivos como cooperativas de desenvolvimento de software, redes de PMEs, etc.

Um dos fenômenos decorrentes dos novos padrões desta Economia, é o que foi registrado e analisado por Chris Anderson em seu livro a Cauda Longa. O autor verificou que os mecanismos de produção on-line fragmentaram a forma de consumo de tal forma, que provocaram uma elasticidade de demanda nunca antes realizada.

Assim, ao lado do consumo de produtos que destacam-se dos demais (Hits) por fatores diversos (diferenciais competitivos, etc), há agora também oportunidades de comercialização para produtos em nichos muito específicos de mercado. As possibilidades trazidas pelo comércio on-line agora permite que produtos que antes eram esquecidos em prateleiras (por exemplo músicas de gêneros muito pouco conhecidos) agora são comercializadas virtualmente e o montante resultante desta comercialização fragmentada (que provoca o alongamento da demanda - cauda longa) é bastante significativo.

O gráfico a seguir ilustra este fenômeno.

Figura 6 - Fenômeno da Cauda Longa (The Long Tail)



Estes novos modelos sinalizam importantes oportunidades para o Setor de Software, uma vez que já estão inseridos dentro de uma cultura de produção e interação virtual. Porém mais do que isto, as capacidades das empresas brasileiras fragmentadas em nichos de especializações, podem ser conformadas em produtos e serviços que podem se utilizar estrategicamente destes novos padrões, facilitando o acesso a mercados antes inacessíveis e gerando oportunidades de negócios.

#### BOX - CAUDA LONGA E VERTICAIS PSI

O fenômeno da Cauda Longa tem forte aderência com a estratégia de ações verticais do PSI, uma vez que a estratégia das ações verticais é atacar o mercado pulverizado e diversificação de portfólio. E estas estratégias de entrada em mercados descentralizados e diversificados, é embasada no uso de novas ferramentas de comercialização (Web 2.0), novos modelos de negócios (SaaS), etc.

### II.5.2 Modelos baseados Software como Serviço (Software as a Service)

Software como Serviço (Software as a Service - SaaS) é um modelo de entrega de software onde as empresas clientes pagam, não pela licença de uso com prazo indeterminado, mas pelo uso do mesmo e as companhias fornecedoras provêm manutenção e suporte técnico aos seus clientes. Segundo Frederick Chong e Gianpaolo Carraro, SaaS pode ser definido como "Software implementado como um serviço hospedado e acessado pela Internet".

Isso quer dizer que SaaS inclui uma série de serviços e aplicativos que podemos nem esperar encontrar nessa categoria, como por exemplo um serviço de email baseado na Web.

Segundo os mesmos autores, existem duas categorias principais de software como serviço:

- Serviços de linha de negócios: oferecidos a empresas e organizações de todos os tamanhos. Os serviços de linha de negócios geralmente são soluções de negócios grandes e personalizáveis direcionadas para facilitar processos de negócios como finanças, gerenciamento da cadeia de suprimentos e relações com o cliente. Normalmente esses serviços são vendidos aos clientes como assinatura. Um exemplo desse tipo de serviço são as soluções personalizáveis do Salesforce.
- Serviços orientados a cliente: oferecidos ao público em geral. Os serviços orientados a cliente às vezes são vendidos como assinatura, mas geralmente são fornecidos sem custo e financiados por anúncios. Um outro exemplo desse tipo de serviço são os serviços oferecidos pelo Google.

De acordo com o IDC, as características chaves de SaaS incluem:

- Rede para acesso e gerenciamento de software disponível comercialmente;
- O gerenciamento é melhor a partir de localizações centrais do que dentro do cliente. Essas localizações permitem aos clientes acesso remoto a aplicações via web;
- Entrega de aplicação que tipicamente é mais próxima de um modelo um-para-muitos do que de um modelo um-para-um. Isso inclui a arquitetura, o preço e outras características de gerenciamento. Tudo está mais próximo de um modelo um-para-muitos.

A tabela a seguir apresenta uma comparação entre as características dos modelos tradicionais de comercialização de software e o modelo SaaS.

Quadro 3 - Comparação de características entre os modelos de pacotes de software tradicional e de software como serviço.

Pacotes de software tradicional	Software como Serviço
Projetado para os clientes instalarem, gerenciarem e manterem	Projetado para ser distribuído como serviço pela Internet
A solução é arquitetada para ser executada por uma companhia individual em uma infra-estrutura dedicada	Projetado para executar em milhares de clientes diferentes em um único código
Pouco freqüente, atualizações principais a cada 18-24 meses, vendido individualmente para cada base de cliente instalada	Freqüente, atualizações "digeríveis" a cada 3-6 meses para minimizar o impacto no cliente e melhorar a satisfação
Controle de Versão Taxa de Upgrade	Ao corrigir um problema para um cliente, é corrigido para todos

Este modelo é aderente e potencializado pelo modelo de software livre, onde o software passa a ser meio para a prestação de serviços, e pelo fenômeno da Cauda Longa, que potencializa a venda de serviços em nichos fragmentados.

Assim como os modelos descritos no item anterior, prevê-se que o modelo SaaS é mais uma vertente, que embora tenha crescimento significativo, irá coexistir com os modelos tradicionais de comercialização de software. Há desvantagens também associadas a este modelo como a centralização de capacidades (armazenamento, processamento, etc) que demandam conexão on-line, aspectos de segurança de dados (que agora são mantidos por terceiros), etc.

Porém, o modelo SaaS pode ser uma das estratégias bem sucedidas para a comercialização de produtos das empresas PSI SW, principalmente tendo em vista potenciais restrições advindas da crise financeira. Permitindo uma diminuição de custos para os clientes, facilidades para prestação de serviços à distância, etc., este modelo demanda, entretanto, a formação de uma nova cultura nas empresas brasileiras. Por estas razões, algumas das ações do PSI SW direcionam-se para estimular o uso deste modelo.

#### BOX - MODELO GOOGLE E SOFTWARE COMO SERVIÇO

Atualmente, diversas pessoas no mundo utilizam a ferramenta Google Docs, que é dos um exemplo do modelo de software como serviço que a empresa Google oferece. Além desta ferramenta são oferecidas outras como: agenda, tradutores, etc. Os serviços são oferecidos gratuitamente, uma vez que o modelo de negócio da empresa está focado na receita dos anunciantes, sendo a empresa apontada como a sucessora da Microsoft em termos de dominância do mercado. A estratégia da Google, apesar das diversas críticas à concentração de informações em uma empresa privada e os riscos decorrentes disso, é aderente à visão corrente de muitos atores que apontam que os novos modelos baseados na Web trabalham com a pulverização de receita, tendo o custo médio das transações valor tendendo a zero.

### II.5.3 Transdisciplinariedade

Uma das maiores contradições da sociedade moderna é o desafio de produzir conhecimentos, que são gerados a partir de um processo crescente de especialização, para solucionar problemas que são crescentemente complexos e transdisciplinares. Sabemos que a especialização do conhecimento científico é uma tendência que nada tem de acidental. Ao contrário, é condição de possibilidade do próprio progresso do conhecimento, expressão das exigências analíticas que caracterizam o desenvolvimento da ciência e tecnologia. Porém, a sociedade tem se deparado com problemas que cada vez mais remetem a diferentes campos do conhecimento. Um exemplo disto são os problemas relacionados ao meio ambiente que remetem a campos diversos desde a própria biologia, passando pela dimensão social, desembocando frequentemente na dimensão econômica .

Muitos pensadores da ciência e tecnologia vem apontando esta contradição, sinalizando para um novo modelo educacional, um nova forma de abordar problemas, etc. Também como

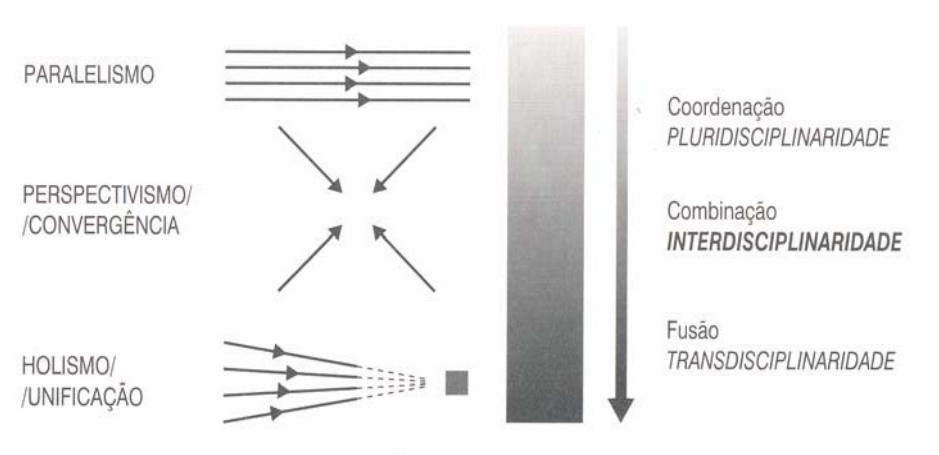
consequência, novas teorias tem sido desenvolvidas para tentar abarcar esta complexidade crescente como a Teoria do Caos, o Pensamento Complexo, etc.

Parte destas novas teorias foram também desenvolvidas para o desenvolvimento de teorias e tecnologias relacionadas ao desenvolvimento da computação, como a cibernética, a inteligência artificial.

Software é basicamente conhecimento registrado em código. E dado seu caráter de intangibilidade, é uma tecnologia que tem naturalmente penetração em praticamente todos os outros setores. Mas a geração de soluções de software, esbarra nas mesmas dificuldades quanto à especialização de capacidades.

Poucas empresas ou institutos de pesquisa conseguem prover soluções que façam a fusão de conhecimentos de diferentes temas de maneira adequada. Frequentemente, os processos são mais pluridisciplinares ou interdisciplinares. A figura a seguir ilustra a distinção entre estas formas de abordagem.

Figura 7 - Diferentes abordagens para a geração de conhecimentos em áreas temáticas diversas



Este debate é extenso, mas neste documento interessa-nos registrar a importância destes novos tipos de abordagem, pois implica na associação harmônica de unidades de conhecimento (capacidades) fragmentadas.

Na produção de software no modelo Software Livre há o processo de desenvolvimento colaborativo, mas a diversidade de áreas temáticas é ainda restrita. Mas acredita-se que estes modelos podem promover uma maior integração de conhecimentos.

Ainda não há muitas experiências relatadas de arranjos de empresas, ou de redes de desenvolvedores que promovam o desenvolvimento de soluções de software, que gerem conhecimentos de forma colaborativa e os aglutinem em sistemas de maior complexidade e eficácia, mantendo porém uma interface simplificada para o usuário.

Uma das experiências recentes de produção colaborativa e transdisciplinar é o chamado open innovation. Este termo foi cunhado por Chesbrough em livro homônimo de 2003 e pressupõe que as empresas devem utilizar fontes externas de idéias para a geração de inovações, assim como comercializar idéias geradas internamente, quando estas não se adequem às suas competências essenciais. O open innovation se contrapõe ao modelo tradicional adotado pela maioria das grandes empresas durante o século XX, caracterizado por pesados investimentos em centros de P&D in-house, com a internalização de ativos considerados estratégicos. No entanto, o contexto em que estão inseridas estas empresas vem mudando, forçando-as a buscar alternativas baseadas em uma maior mobilidade de recursos humanos e dos fluxos de conhecimento. É interessante observar que as primeiras empresas a adotarem iniciativas mais abertas a partir da percepção das oportunidades dos modelos abertos são grandes corporações como IBM, Lucent, Intel e Novartis (Chesbrough 2003, 2006).

Os elementos para estes novos processos já estão presentes nas novas tendências descritas, mas o setor produtivo ainda não empreendeu estruturas direcionadas para este fim. Em parte, devido à inércia de uma cultura de intensiva competição, dificuldade de formular sistemas de compartilhamento de conhecimentos, etc. Mas esta pode ser uma inovação em termos de processos de desenvolvimento.

No modelo estratégico do PSI SW, há diversas atividades e mesmo grupo de ações, que estimulam e promovem a horizontalidade. Nas ações verticais, há o estímulo à formação de consórcios de empresas, dentro da mesma vertical e entre as verticais. As ações horizontais, estimulam a junção de empresas de diferentes verticais em frentes de trabalho como o IT-Sítio ou a Fábrica de Software (ver itens de ações do PSI SW adiante).

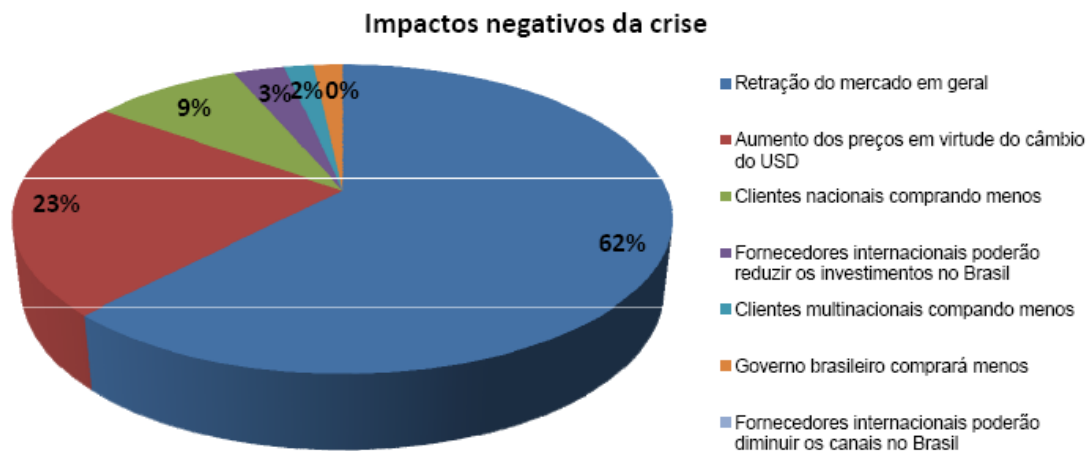
Porém, a construção de uma nova cultura de interação demanda novos arranjos de produção e colaboração. Para isto, o modelo estratégico do PSI SW introduziu uma nova vertente de ações denominadas Cloud Projects, que tem por objetivo constituir-se em um laboratório para novas experiências e novos modelos de comercialização de software no exterior (ver itens adiante).

#### **II.5.4 Crise do Setor Financeiro**

Esta dimensão é qualitativamente bastante distintas das demais. Enquadra-se na categoria das externalidades, assim como políticas de câmbio, mudanças na legislação trabalhista, etc. Porém, dado que a mesma, no período da escrita deste documento, parece indicar mudanças estruturais no mercado americano, que é o maior mercado consumidor e produtor de software no mundo, achamos oportuno dedicar um espaço de reflexão para os possíveis cenários decorrentes desta crise.

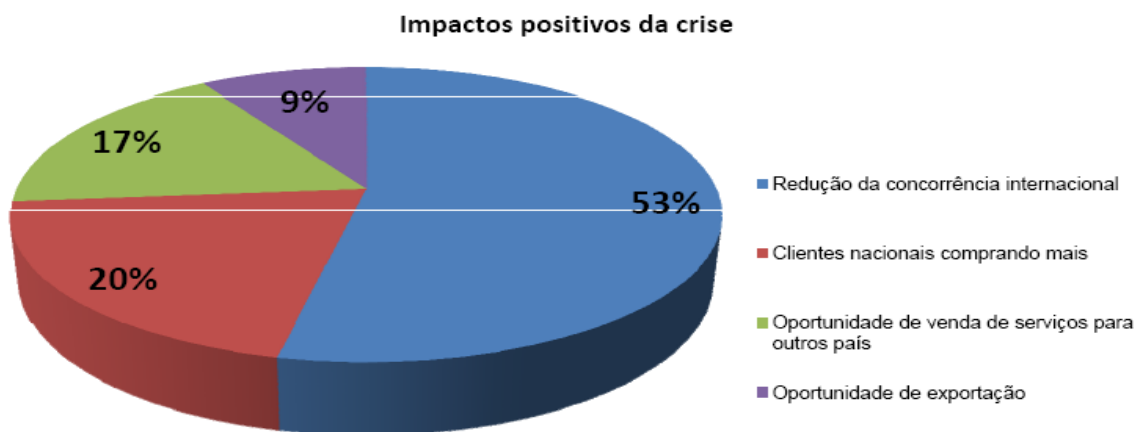
Um primeiro aspecto a ser abordado diz respeito ao fato conhecido de que crises ensejam oportunidades. Em pesquisa realizada em Outubro de 2008, com executivos de empresas brasileiras de TI, identificou-se tantos aspectos negativos quanto positivos em relação à crise. Como pode ser observado nos gráficos a seguir.

Figura 8 – Possíveis Impactos Negativos da Crise Financeira Mundial



Fonte: Pesquisa Advance 2008 - 1235 executivos de empresas brasileiras de TI

Figura 9 - Possíveis Oportunidades decorrentes da Crise Financeira Mundial



Fonte: Pesquisa Advance - 1235 executivos de empresas brasileiras de TI

O que se observa destas contribuições é que elas sinalizam para uma forte reorganização do mercado, o que abre espaços para uma nova inserção das empresas brasileiras de software. Porém para esta nova inserção há diversos obstáculos estruturais a serem suplantados, alguns dos quais citados em itens anteriores (carga tributária, burocracia, etc). Outros porém também se destacam como a geração de uma nova cultura empresarial, de relacionamento colaborativo em redes de conhecimento transdisciplinares, compartilhando recursos, etc.

Novas oportunidades de mercado, mesmo que significativamente maiores para empresas nacionais poderão esbarrar nos mesmos obstáculos estruturais que hoje impedem o

crescimento em escala do Setor de Software. Adicionalmente, o declínio da demanda no mercado norte-americano deve redirecionar os grandes produtores de software para mercados emergentes como o Brasil.

Portanto, este momento demanda ações diversas para que riscos sejam realmente transformados em oportunidades. Algumas delas, cabíveis ao escopo deste projeto, são descritas nos itens posteriores, mas destaca-se a forte imbricação que as ações de exportação terão para manutenção das capacidades no próprio mercado interno. Ou seja, as soluções para a competitividade no mercado global de software agora podem se constituir nas principais estratégias para manutenção de capacidades nacionais do Setor de Software.

### **II.5.5 Terceirização de Serviços para Países emergentes**

Estudos realizados pelo *Everest Research Institute*<sup>7</sup> no início de 2009 indicam que apesar da recessão que ora ocorre nos EUA, as perspectivas para a terceirização são positivas.

Na preparação para 2009, os executivos estão avaliando quais projetos vão investir, quais investimentos podem ser prorrogados e quais projetos podem ser finalizados. Dado que a maioria das corporações terceiriza pelo menos uma operação, é natural que alguns dos contratos de terceirização seja parcialmente reduzido em tamanho ou escopo. Porém, o Instituto acredita que aumentará o número de empresas que adotarão uma visão mais estratégica de suas operações. Companhias avaliarão seus métodos e processos para redesenhar seus processos de negócios ou para reestruturar as atividades de back-office, resultando em um número maior de oportunidades em 2009.

Os principais que motivam estas mudanças derivam de:

- necessidade de corte de custos imediata;
- redução do staff;
- flexibilização das formas de pagamentos
- alternativas simples para aumento do valor agregado, ao invés de intensivas em tecnologia ou inovações.

O mercado brasileiro de TI, dado o seu porte e sofisticação pode servir de base para que as empresas brasileiras de software possam ter um papel estratégico no mercado global de serviços. Devido a sua proximidade cultural e geográfica com os EUA e Europa, o Brasil pode ser uma alternativa à Índia. Porém, para isto, o Brasil precisa mostrar como consegue se integrar à cadeia global de software, mais do que competir diretamente com a Índia.

O Brasil precisa sinalizar para o mercado global, quais são suas competências.

Por outro lado, espera-se também que o mercado brasileiro passe a ser mais competitivo, sendo disputado por global players, dada a redução esperada da demanda da Europa e EUA.

---

<sup>7</sup> The impact of the global economic downturn on outsourcing and offshoring, Everest Research, Institute, 2009.

Fornecedores indianos podem fazer aquisições de empresas no Brasil, visando ampliar o escopo de sua oferta, adquirir habilidades específicas ou expandir-se em novos mercados.

Portanto, ações para o fortalecimento e estruturação da oferta brasileira como as deste projeto serão estratégicas neste ano de 2009.

## II.6 Modelo PSI - modelo evolutivo e adaptativo

O modelo estratégico do PSI SW foi desenhado de modo a considerar a trajetória do Setor de Software no Brasil (item II.2), suas características, capacidades, etc., mas também de promover sua competitividade, alinhando-o com as tendências internacionais e explorar as potencialidades dos novos paradigmas que estão emergindo (item II.5).

Este modelo é dinâmico e é constantemente reformulado, em função dos resultados obtidos e em função da trajetória internacional do setor e mesmo de externalidades (como por exemplo, a crise financeira atual, que estamos considerando neste documento).

O modelo de exportação PSI SW decorre de um processo cíclico de aprimoramentos, que se baseia:

- no monitoramento das tendências nacionais e internacionais de software;
- nos resultados das ações PSI SW;
- nas reflexões conjuntas com consultores PSI e especialistas do Setor de Software para a identificação de oportunidades e potencialidades do PSI.

Portanto, o modelo assemelha-se a uma espiral, que passa por ciclos de formulação, monitoramento, reflexão e aprimoramentos. A cada volta da espiral é um ciclo do projeto. As figuras abaixo sintetizam estes ciclos

Figura 10 - modelo evolutivo do PSI- Sw

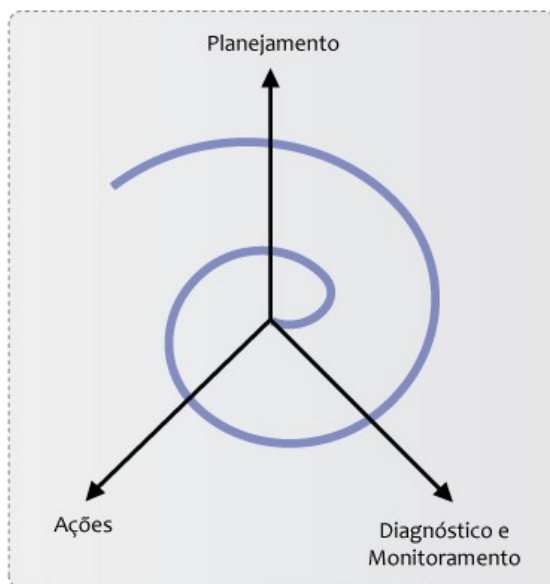
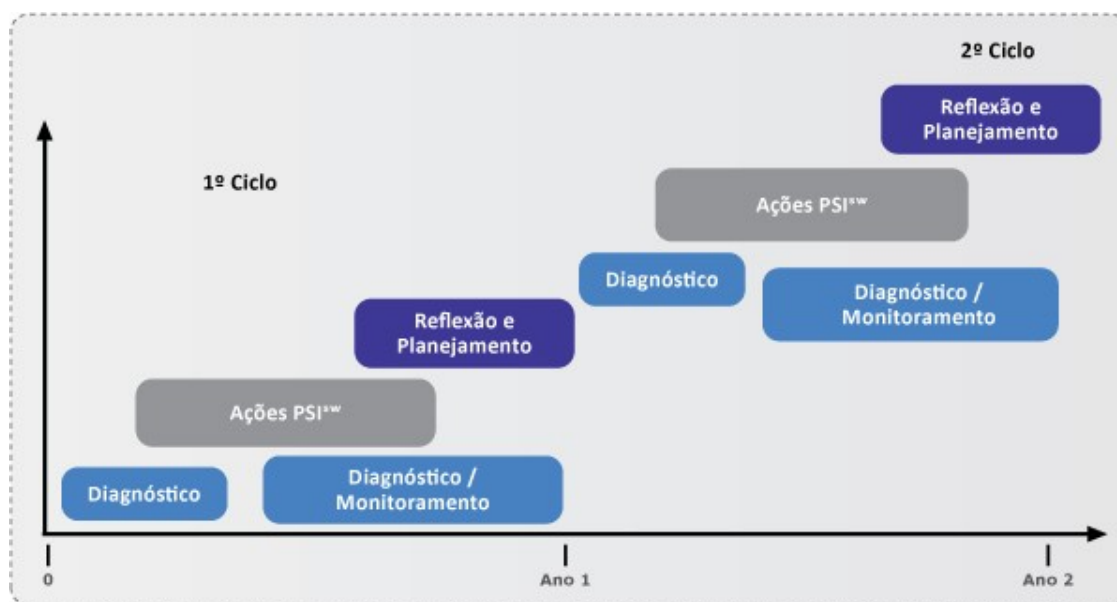


Figura 11 - Ciclo de Ações do Modelo PSI SW



## II.6.1 Componentes do modelo PSI de exportação de software

### a) DIAGNÓSTICO - POSICIONAMENTO DA EMPRESA

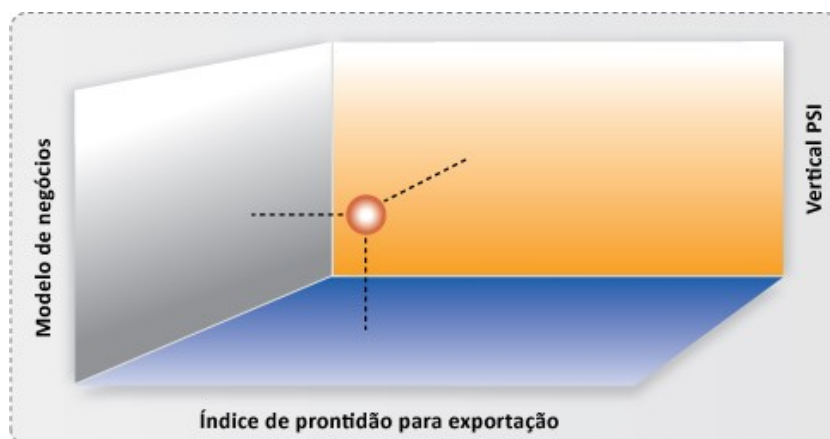
São definidas as seguintes dimensões para posicionar uma empresa dentro do PSI:

- I. Modelo de Negócio predominante
- II. Vertical de atuação
- III. Índice de prontidão de exportação

A partir do posicionamento da empresa perante estas 3 dimensões, são então definidas as ações genéricas e específicas que auxiliarão a potencializar seus resultados de exportação.

A figura a seguir procura ilustrar este processo.

Figura 12 - Diagnóstico da empresa do PSI SW



A identificação do modelo de negócios predominante em cada empresa identifica as capacidades específicas da empresa, se tendem a produtos, serviços ou integração dos

mesmos. Identifica também as estratégias de abordagem de mercado: canais de comercialização, parcerias, etc.

A classificação por Verticais indica se a empresa é especializada em algum nicho setorial (mercado financeiro, agricultura, saúde, etc) ou se desenvolve produtos ou serviços horizontais aos setores econômicos.

O Índice de prontidão de exportação situa a empresa quanto ao grau de maturidade para exportação. São um conjunto de indicadores que são levantados (ver anexo II) junto às empresas e que permitem indicar o potencial de aproveitamento das ações do PSI vis-a-vis capacidades de exportação já desenvolvidas ou ainda embrionárias.

## B) AÇÕES PSI SW

As ações do PSI consideram cada uma das dimensões definidas para assumir diferentes configurações, de acordo com este posicionamento. As ações distribuem-se em 5 grupos de ações e 1 grupo de ação de gestão do projeto :

- Ações horizontais
- Ações de promoção de negócios (Verticais)
- Ações de Regionalização
  - Cloud Projects

### ● AÇÕES HORIZONTAIS

Ações que promovem a competitividade sistêmica das empresas PSI, buscando localizar e resolver gargalos para a exportação que são comuns a todas as verticais ou potencializar capacidades, estimulando sua integração. Estes tipos de projetos promovem um primeiro grau de horizontalização (interdisciplinabilidade). Também dizem respeito:

- às ações de sensibilização de empresários, policy-makers, etc;
- às ações para ampliar a visão acerca das oportunidades internacionais, tendências, em determinados mercados de interesse, etc;
- às ações para formação e estruturação da oferta exportadora;
- aos estudos de marcos regulatórios, modelos de negócios, etc., que potencializem a exportação de software;

### ● AÇÕES POR VERTICAIS DE SOFTWARE

Ações focadas para desenvolver oportunidades de exportação em segmentos de mercado selecionados<sup>8</sup>. Atualmente o PSI compõe-se das seguintes verticais:

- Agronegócios
- Aviação
- Couro, Calçados e Moda
- Educação
- Energia Elétrica
- Finanças
- Gestão Empresarial
- Governo
- Petróleo
- Saúde
- Segurança
- Telecomunicações
- Games
- Outsourcing
- Implementadoras de MPS.Br

#### ● AÇÕES DE REGIONALIZAÇÃO

São ações específicas para potencializar regiões do Brasil que tem vocação exportadora. Buscam estimular o desenvolvimento e/ou apoiar cadeias produtivas regionais estruturadas para a exportação. São ações realizadas por Agentes SOFTEX, buscando estimular e apoiar a conjugação de esforços regionais de exportação.

#### ● AÇÕES DE PROJETOS-NUVEM (CLOUD PROJECTS)

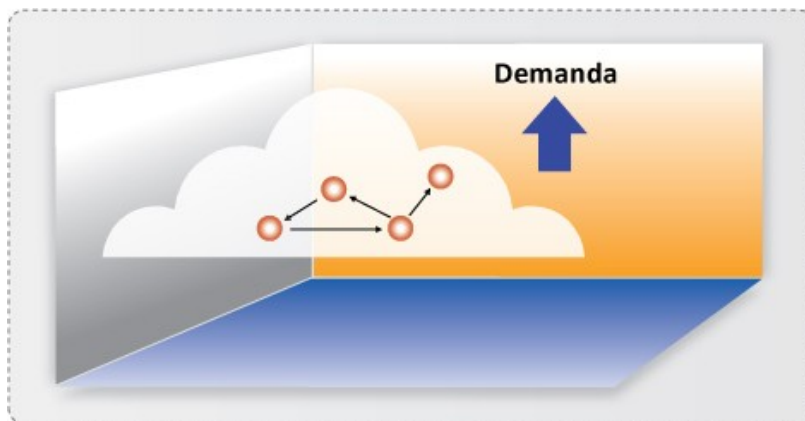
São projetos que envolvem uma nova cultura de relacionamento entre empresas, incorporando novas possibilidades de interação, de ação, etc. São projetos transdisciplinares por definição, que envolvem plataformas diferenciadas de produção e exportação de software, direcionadas e muito aderentes com as tendências de futuro: desenvolvimento compartilhado em rede, modelo focado em serviços (SaaS), etc. Não utilizam necessariamente plataformas ou modelos de Cloud Computing<sup>9</sup>, muito embora tendam a ir nesta direção em termos

<sup>8</sup>Alguns segmentos são transversais a outros como o caso de Gestão de Empresas. Porém mesmo os que não são totalmente transversais, apresentam algum grau de transversalidade como por exemplo software embutidos em sistemas de comunicações em propriedades rurais (ver discussão do item transdisciplinariedade).

<sup>9</sup> Cloud computing é um conceito geral que incorpora modelos de software como serviço (SaaS), Web 2.0, e outras tendências tecnológicas recentes, onde o tema comum é a utilização da Internet para atender as necessidades dos usuários. O conceito presente no projeto é o de promover metodologias e condições de infra-estrutura para que PMEs de Software possam se formar “nuvens” produtivas.

tecnológicos, porém dão alguns passos adiante, ampliando este conceito. A invocação da nuvem como elemento simbólico representa a comunidade virtual de empresas do projeto, que podem se articular para atender a uma demanda. A partir da identificação de uma demanda há um processo de estímulo à emergência de uma estrutura em rede para oferecer uma solução transdisciplinar para aquela demanda. Neste sentido, estas soluções serão via de regra inovadoras em sentido mais amplo. Um exemplo de projeto deste tipo pode ser um software para monitoramento ambiental que utiliza tecnologias de telecomunicações, tecnologias de visualização (simulação gráfica), modelos matemáticos, conceitos de ecologia, etc.

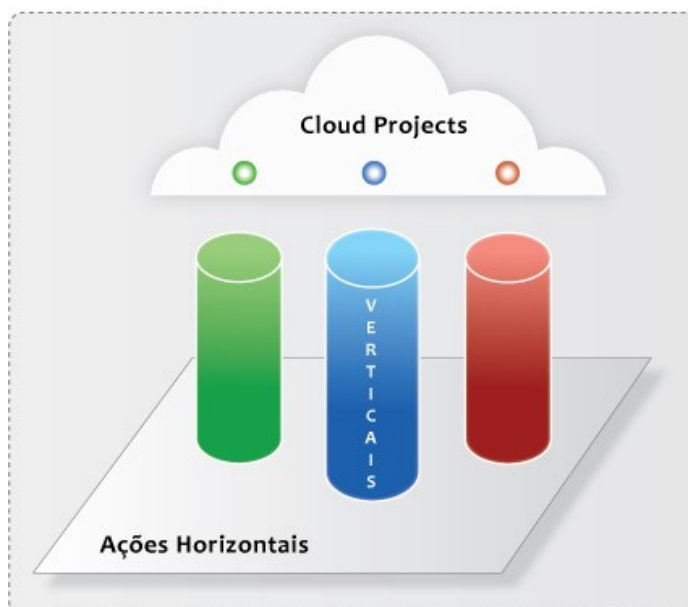
Figura 13 - Diagrama de Projeto-Nuvem (Cloud Project)



Assim, as diversas camadas de ações do PSI articulam-se em uma lógica aderente às necessidades setoriais e necessidades intrínsecas ao Setor de Software. Procuram ainda alinhar-se com as novas tendências internacionais para este Setor.

A figura a seguir procura ilustrar estas relações.

Figura 14 - Ações do Programa PSI SW



### C) DIAGNÓSTICO E MONITORAMENTO

O diagnóstico e monitoramento dos resultados do PSI são feitos através dos seguintes instrumentos:

- Relatórios de consultores das Verticais do PSI SW;
- Levantamento de indicadores das empresas pela Coordenação do Projeto;
- Reuniões de avaliação do Projeto PSI com equipe do projeto, especialistas e convidados.

### D) PLANEJAMENTO

As atividades de planejamento acontecem ao final de cada ano de execução do projeto e ao final do projeto. Baseia-se em dados levantados nos diagnósticos e monitoramento. Também utiliza dados e análises da trajetória do Setor de Software em âmbito nacional e internacional. Utiliza ainda diversos estudos do Setor realizados pelo próprio Softex e por outras instituições de pesquisa. Participam das atividades de planejamento, representantes do SOFTEX, consultores, empresários e convidados.

## II.7 Ações do PSI SW para o período 2009

<b>1</b>	<b>AÇÕES HORIZONTAIS</b>
1.1	Fábrica de Software
1.2	Geração de Leads em mercados de lingua espanhola (IT Sitio)
1.3	Geração de Leads em mercados de lingua inglesa (Everest)
1.4	Acompanhamento de Leads em mercados de lingua inglesa
1.5	Eventos generalistas
1.6	Network Meetings
1.7	Implantação de escritórios comerciais no exterior
<b>2</b>	<b>AÇÕES POR VERTICAIS DE SOFTWARE</b>
2.1	PSV Agronegócios
2.2	PSV Aviação
2.3	PSV Couro, Calçados e Moda
2.4	PSV Educação
2.5	PSV Energia
2.6	PSV Finanças
2.7	PSV Gestão
2.8	PSV Governo
2.9	PSV Petroleo
2.10	PSV Saúde
2.11	PSV Segurança
2.12	PSV Telecom
2.13	GE Games
2.14	GE Outsourcing
2.15	GE Implementadoras de MPS.Br
<b>3</b>	<b>AÇÕES DE PROJETOS- NUVEM</b>
3.1	Virtual Business Enviroment (VBE), incluindo gestão de redes de relacionamentos comerciais
<b>4</b>	<b>AÇÕES REGIONAIS</b>
4.1	ActMinds - Campinas
4.2	Curitiba Offshore Center
<b>5</b>	<b>GESTÃO</b>
5.1	Equipe e viagens
5.2	Site e ferramentas

## II.8 Foco Estratégico

Em função do que foi apresentado nos itens anteriores, o perfil do Setor de Software no Brasil caracteriza-se por uma desconcentração de capacidades, distribuídas por vários setores, com diferentes níveis de maturidade, decorrentes do tipo de demanda do setor.

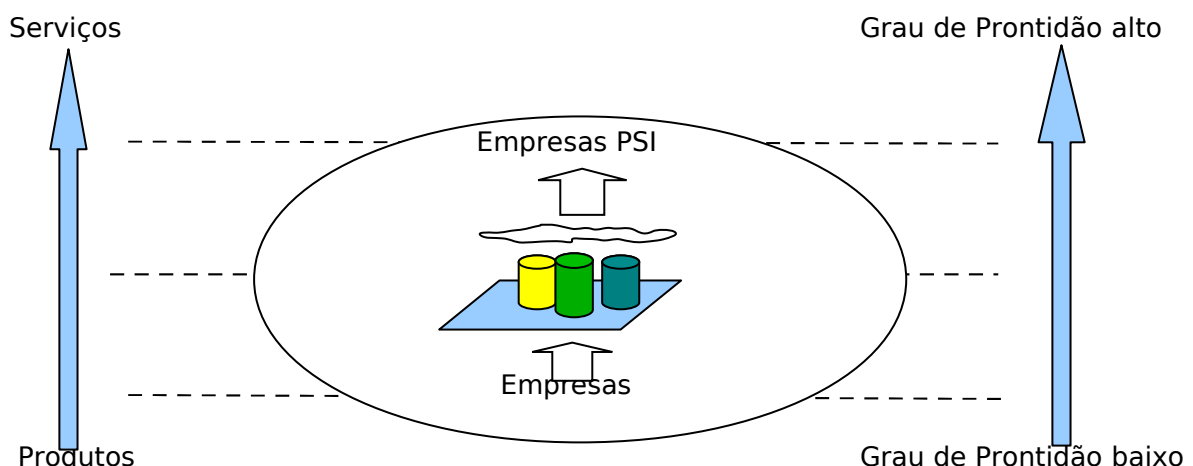
O foco estratégico do projeto é a geração de negócios, o aumento das exportações de software e serviços brasileiros, e dos empregos nesta área, através da divulgação das capacidades das empresas, na qualificação das mesmas para a exportação e na integração das mesmas em arranjos que promovam a competitividade do Brasil.

A divulgação e construção da imagem é um processo contínuo, que co-evolui com o amadurecimento dos resultados obtidos pelas empresas brasileiras. Apesar de todo o trabalho realizado até aqui, ainda hoje boa parte das capacidades das empresas brasileiras ainda não é conhecida internacionalmente.

A qualificação destas capacidades se dá por ações diversas (horizontais, verticais, etc), que introduz uma nova cultura, uma nova visão para o empresário.

A integração destas capacidades inicia-se setorialmente, unindo empresas, produtos e serviços em consórcios de empresas. Em paralelo, busca-se a integração através de ações horizontais e ações indutivas para que estas capacidades cada vez mais formem uma plataforma brasileira de exportação (redes). E que evoluam seus modelos de negócios para a venda de inteligência brasileira, agregada em serviços de alto valor, cuja base seja o desenvolvimento de ferramentas de software próximos ou na fronteira tecnológica internacional.

Figura 15. Ilustração do foco estratégico do modelo PSI SW



## **II. 9 Público-alvo do projeto**

Apresentamos em anexo ao presente projeto os Termos de Adesão das empresas participantes. Recebemos 146 Termos de Adesão até 31/04, cujas cópias são encaminhadas em anexo.

## **II.10 Objetivo Geral do Projeto**

Promover e ampliar o nível de internacionalização das empresas brasileiras de software e serviços no mercado internacional, a partir de um conjunto integrado de ações que garantam a continuidade do que já foi feito, incrementadas a partir da reflexão realizada neste planejamento.

São os seguintes os objetivos específicos do presente Projeto:

- 1) Dar continuidade às ações iniciadas de promoção comercial e geração de negócios para empresas brasileiras de software no mercado internacional;
- 2) Promover o apoio à exportação considerando os modelos de negócios, as verticais de atuação e o grau de prontidão das empresas;
- 3) Tornar a marca Brazil-IT reconhecida no mercado internacional como sinônimo de produtos e serviços de TI de alta qualidade e confiabilidade.

## **II.11 Mercados-alvo do Projeto**

Em função da organização das empresas em verticais de negócio, a estratégia definida para cada PSV contempla um grupo de mercados alvo específico.

Neste ano de 2009, em função das restrições orçamentárias, as ações serão direcionadas prioritariamente para os seguintes mercados: Estados Unidos, países da América Latina como México, Argentina, Colômbia, África do Sul, Angola e Japão.

## II.12 Metas do projeto

São as seguintes as metas definidas para o projeto:

<b>META</b>	<b>2009</b>
Geração de receitas com exportação e comercialização de software e serviços correlatos	US\$ 120 milhões
Geração de empregos qualificados	2400
Número de empresas participantes	150

## II.13. Premissas do Projeto

Parte das premissas deste projeto diz respeito aos potenciais impactos da crise financeira internacional e possível retração de mercado. Como foi visto anteriormente, isto poderá abrir possibilidades para a IBSS, mas o aproveitamento das mesmas depende de tempo e de ação governamental. Outra parte das premissas diz respeito às características próprias da Indústria Brasileira de Software e condições que suportam a base de sua competitividade.

Resumimos as premissas da seguinte forma:

- O gap de recursos humanos qualificados para a IBSS não irá intensificar-se de modo a criar obstáculos para PMEs e mesmo grandes empresas de software. Este gap, apesar dos diversos esforços realizados pelo Brasil, ainda continua sendo um dos principais gargalos para o crescimento da IBSS;
- Não haverá mudanças tributárias que inviabilizem ou solapem a competitividade das empresas brasileiras de software;
- A diversidade de competências presentes na Indústria Brasileira de Software é um fator que pode potencializar sua competitividade, principalmente devido às tendências do mercado internacional de formação de redes de produção compartilhada.
- Retração moderada do mercado de software - Prevê-se retração do mercado internacional de software, principais clientes, mas não sua total paralisação, nem cancelamentos de contratos anteriores, de modo que o volume exportado fique próximo em valores ao do ano de 2007;
- Valorização do dolar - Manutenção do dolar no patamar de R\$ 2,00.

- Barreiras comerciais - Mercados alvos não criem barreiras protecionistas aos nossos produtos / serviços
- Continuidade do esforço de exportação - as empresas brasileiras de software não devem sofrer impactos econômicos tais que as impeçam de continuar investindo na exportação;
- Mercado interno - Não haverá uma penetração maciça de empresas transnacionais predando o mercado interno, destruindo a base de sustentação das empresas participantes no PSI SW;
- Gestão estratégica das ações- o desaquecimento do mercado externo será usado como hiato estratégico para focar as ações horizontais do projeto de modo a preparar melhor as empresas do PSI para o reaquecimento do mercado;

## II.14 Período de execução

Início: junho de 2009

Término: dezembro de 2009.

## II.15 Gerenciamento do projeto

No item II.6 foi apresentado o modelo estratégico do PSI SW, que é o modelo que orienta o sistema de gestão do PSI. Neste item detalharemos melhor como este sistema de Gestão é composto e atua.

A coordenação geral e a gestão do PSI SW estão a cargo da Sociedade SOFTEX. Tais coordenação e gestão estão organizadas de forma a maximizar as oportunidades e fazer o melhor uso dos recursos alocados pela Apex Brasil, pelas empresas e pela própria SOFTEX.

O projeto prevê os seguintes papéis:

**Apex Brasil** - Promotora técnica e financeira do projeto, apoiando na execução de atividades e ações de promoção comercial de exportações de software e serviços correlatos. Participa das decisões estratégicas, aprova e acompanha todas as atividades previstas.

**Sociedade Softex** - Coordenadora geral do projeto. Entidade proponente e principal executora do PSI SW. Responsável pela estratégia do plano, pela execução das atividades previstas e pelos resultados alcançados.

**Agentes Regionais** - Com o apoio financeiro da Comunidade Européia, através da ABDI, Agentes Softex, contratados pela Sociedade Softex, irão contar com profissional especializado em exportação para apoiar o PSI SW e as empresas da região integrantes do projeto ou que a ele venham a aderir. O objetivo é apoiar a condução operacional do projeto, garantindo que as empresas da região participem das atividades previstas e tenham informações sobre o PSI SW e capacitação sobre exportação. As funções previstas para este profissional são:

1. Identificação de demandas de exportação das empresas locais
2. Levantamento de empresas potencialmente exportadoras e contatos visando integrá-las ao PSI SW

3. Orientação para as empresas quanto à exportação (capacitação, mercados, modelos de negócio, tendências)
4. Acompanhamento dos indicadores definidos pela gestão do PSI SW
5. Orientação às empresas do funcionamento de ações do PSI SW (como participar de PSVs, comunicação PSVs - empresas locais, eventos, etc)
6. *Feed back* colhido com as empresas sobre o funcionamento do PSI SW, em especial das PSVs e eventos
7. Levantamento de contrapartidas das empresas participantes e dos agentes

Agentes participantes desta iniciativa são convidados a integrar o Comitê Gestor do projeto.

**Agentes Contratados** - Agentes Softex ou parceiros que se responsabilizarão pela condução de alguma ação prevista no projeto, contratados pela Sociedade SOFTEX. A Sociedade Softex utilizará o conhecimento e a experiência de parceiros que já vêm realizando ações junto à determinados mercados. Os agentes que vêm utilizando sua experiência para realização de ações do PSI SW são os seguintes:

SOFTSUL - realização de ações no mercado alemão

ITS - realização de eventos e organização do PSV Bancos e Finanças

TECSOFT - realização de eventos e organização do PSV Telecom

RIOSOFT - realização do projeto comprador Rioinfo e ações horizontais nos mercados Cuba, Panamá, Venezuela, Angola, Portugal e Espanha.

Além do aproveitamento da expertise já existente nos Agentes Softex, eles poderão concorrer para realização de ações do projeto licitadas através de editais públicos, divulgados e disponibilizados no site da Softex.

**Comitê Gestor** - Grupo composto pelos representantes da Apex Brasil, SOFTEX, Agentes Softex e empresas representativas dos diversos PSVs.

Eventualmente e de acordo com os assuntos a serem tratados na reunião, poderão ser convidados Representantes de governo - do MDIC, ABDI, MCT ou outros e gerentes de outros projetos Apex Brasil na área de software.

### **Gestão Interna**

Internamente à Softex, a gestão será feita pela gerente geral do projeto, com a coordenação estratégica do Diretor de Mercado, e por uma equipe de apoio ao projeto, que atuarão em conjunto com os parceiros e empresas participantes.

Profissionais envolvidos diretamente:

Diretor de Mercado- Djalma Petit - dedicação 40%

Gerente Geral do Projeto - Gláucia Critter Chiliatto - dedicação 100%

Analista Técnico - Wilson Gomes de Almeida - dedicação 80%

Analista Técnico (Coordenador de Agentes ) - Austregésilo Gonçalves - dedicação 80%

Assistente (apoio financeiro à gestão)- Pollyana Simão Silveira - dedicação 100%

Assistente (apoio administrativo à gestão) - Cristina Haim - dedicação 100%

Assistente (apoio em Brasília) - Mariana Leitão - dedicação 50%

A serem contratados:

1. Promoção Comercial - dedicação 100 %

Funções: supervisionar e garantir a qualidade dos eventos realizados no projeto

## 2.Consultores de PSVs

Excepcionalmente, com o objetivo de manter a mobilização das empresas que se envolveram no processo de planejamento realizado no segundo semestre de 2008, em função da sensível redução dos eventos planejados para 2009, incluímos na gestão do projeto parte da remuneração dos consultores de PSVs (a outra parte será paga com recursos do Termo de Parceria FINEP).

**Funções:** Apoio e orientação às empresas da PSV, conhecimento de seus produtos e modelos de negócio, estruturação do portfólio de soluções inclusive buscando empresas para completá-lo, orientação na definição dos mercados alvo, definição da estratégia de inserção nos mercados alvo definidos, organização dos eventos da PSV, preparação das empresas para participar dos eventos, apoio na realização de follow up dos leads obtidos, acompanhamento de resultados e contrapartidas.

### **PARTE III - Eixos de Ações do Projeto**

As ações a serem desenvolvidas neste projeto são descritas nos próximos itens e baseiam-se na taxonomia que foi feita na parte II.

---

## **1. AÇÕES GENERALISTAS**

---

AÇÃO 1.1 Fábrica Brasileira de Software – BR.SW

### **Empresas-alvo**

Empresas de serviços de desenvolvimento de software

### **Descrição da ação**

Organizar a capacidade produtiva de uma rede de produtores de SW que trabalhem de forma integrada, possibilitando atender demandas INTERNACIONAIS com padrão de Qualidade Reconhecido, grandes volumes e maior produtividade, por meio da criação de uma estrutura descentralizada de desenvolvimento de software composta de núcleos regionais e, em cada um deles, por empresas desenvolvedoras nacionais. A BR.SW será orientada por um modelo de operação transparente e um processo padronizado de gestão, desenvolvimento de software e qualidade. O modelo comercial da BR.SW será integrado com a vertical Outsourcing com foco no mercado internacional, que concentrará o esforço de venda dos serviços da Fábrica Brasileira de SW com o apoio técnico do Núcleo Central.

### **Mercados-Alvo**

A BR.SW atuará nos mesmos mercados definidos pelo Grupo Empresarial de Outsourcing.

### **Metas**

2009: Estruturação da metodologia de gestão da operação (Técnico / Comercial / Jurídico / Contábil / Administrativo) da BR.SW, com base na metodologia da Fabrica Mineira de Software, FMS, da Fumsoft

### **Resultados**

Adesão de 36 empresas na ação BR.SW, sendo 21 novas participantes.

### **Marcos Críticos**

Metodologia Estruturada (PMO e Escritório de Garantia da Qualidade instituídos) – Outubro/2009

Modelo comercial elaborado e aprovado (Integrado à vertical Outsourcing) – Outubro/2009

Modelo de Operação elaborado – Novembro/2009

Metodologia de capacitação e credenciamento dos núcleos regionais elaborada – Novembro/2009

Divulgação do programa para os agentes SOFTEX – Novembro a dezembro/2009

Publicação do edital direcionado aos agentes SOFTEX para a candidatura à núcleos regionais da BR.SW – Dezembro/2009

---

## **1. AÇÕES HORIZONTAIS**

---

### **AÇÃO 1.2 - Geração de Leads em mercados de língua espanhola**

Entre as empresas participantes do PSI SW, estejam elas integradas a PSVs ou não, uma quantidade expressiva tem interesse nos mercados dos países latino americanos e da Península Ibérica e tem como modelo de comercialização a venda através de canais. O IT Sítio, site destinado a estabelecer relacionamento com canais segundo metodologia própria, reúne cerca de 50 mil resellers, VARs, representantes comerciais, consultores e estabelecimentos comerciais cadastrados e ativos.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW, em especial as empresas com modelo comercial baseado em venda através de canais e foco em mercados de língua espanhola.

#### **Descrição da ação**

Criação de áreas temáticas no portal IT Sítio, desenvolvimento e envio de newsletters sobre a indústria brasileira de software e serviços correlatos, gestão de usuários, perfis e manifestações de interesse, acompanhamento dos relacionamentos e negócios gerados.

#### **Metas**

70 parcerias comerciais estabelecidas em 2009

#### **Mercados-Alvo**

2009 - Argentina, Chile, Colombia, Venezuela, México, Espanha

#### **Resultados**

20 negócios gerados em 2009

#### **Marcos Críticos**

---

## **1. AÇÕES HORIZONTAIS**

---

### **AÇÃO 1.3 - Geração de Leads em mercados de língua inglesa**

Entre as empresas participantes do PSI SW, estejam elas integradas a PSVs ou não, uma quantidade expressiva tem interesse nos mercados dos países norte americanos. O Everest Institute, empresa de consultoria destinada a estabelecer relacionamento com canais e geração de leads de negócio, segundo metodologia própria, reúne cerca de 500 mil (Estados Unidos/ Canadá : 50%, Europa : 19%, Asia : 21%, Australia + Oceania : 4%, Africa ( principalmente Africa do Sul) : 3%, America Latina: 3%) resellers, VARs, representantes comerciais, consultores e estabelecimentos comerciais cadastrados e ativos, bem como CIOs de potenciais usuários finais. A ação visa propiciar às empresas integrantes do PSI SW realizar a sua promoção comercial usando uma alternativa à participação em feiras internacionais. Além disso haverá ganho significativo à visibilidade do Brasil como provedor global de software e serviços de TI.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW, sejam empresas com modelo comercial baseado em venda através de canais ou empresas que buscam clientes finais (exemplo:- empresas de serviços) e que tenham foco em mercados de língua inglesa.

#### **Descrição da ação**

Desenvolvimento e envio de whitepapers sobre a industria brasileira de software e serviços correlatos, realização de webinars, gestão de usuários, perfis e manifestações de interesse, acompanhamento dos relacionamentos e negócios gerados.

#### **Metas**

50 leads gerados em 2009

Aumento da visibilidade do software e serviços brasileiros

#### **Mercados-Alvo**

2009 - Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Alemanha, Africa do Sul e Japão

#### **Resultados**

Preparação de dois "white papers" em 2009, com apoio da Everest Group, que serão publicados no Portal da Everest; Realização de dois webinars em 2009

#### **Marcos Críticos**

Contratação de consultoria, preparação dos white papers, realização dos webinars, relatório final

---

## **1. AÇÕES HORIZONTAIS**

---

### AÇÃO 1.4 - Acompanhamento de Leads em mercados de língua inglesa

A partir das oportunidades geradas em função da ação 1.3 haverá leads que as empresas participantes poderão necessitar de apoio no acompanhamento visando a transformação deste lead em negócio. A ação visa oferecer às empresas um serviço de acompanhamento comercial da oportunidade gerada.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW, sejam empresas com modelo comercial baseado em venda através de canais ou empresas que buscam clientes finais (exemplo:- empresas de serviços) e que tenham foco em mercados de língua inglesa.

#### **Descrição da ação**

Verificar interesse das empresas brasileiras nos serviços de acompanhamento comercial de leads, Selecionar e contatar clientes com potencial para concretização de negócios, a partir das leads obtidas na ação 1.3, Negociar com os clientes, intermediando a relação com a empresa brasileira e utilizando os contatos obtidos através do projeto Diaspora - Brazilian Top Executive Network.

#### **Metas**

20 leads potenciais identificados como de interesse das empresas em 2009

4 negociações iniciadas em 2009

#### **Mercados-Alvo**

2009 - Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, Alemanha, Africa do Sul e Japão

#### **Resultados**

2 negócios realizados em 2009

#### **Marcos Críticos**

Contratação de consultoria, análise de leads e negociação com empresas brasileiras, abordagem dos clientes e conclusão da negociação.

---

## **1. AÇÕES HORIZONTAIS**

---

### **AÇÃO 1.5 - Eventos Generalistas**

Com o objetivo de construir uma imagem de confiabilidade e competência, de aumentar a visibilidade do setor de TI brasileiro no exterior e oferecer às empresas oportunidades de conhecer a concorrência e a forma como as empresas globais se apresentam, foram incluídos no projeto a participação em feiras de caráter generalista, realizadas em mercados de interesse das empresas participantes.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas brasileiras através da participação nos seguintes eventos:

Brazilian IT Seminar em NYC - setembro/2009

RioInfo (Comprador Software Livre, Comprador Angola, Comprador Península Ibérica) - setembro/2009

Itxpo Orlando - outubro/2009

Itxpo Cannes - novembro/2009

Itxpo Toquio - novembro/2009

Angola IT Forum - novembro/2009

Missão Web2Expo - novembro/2009

#### **Metas**

40 empresas participantes nos eventos

70 leads gerados nos eventos

#### **Mercados-Alvo**

2009 - Estados Unidos, França, Portugal, Espanha, Angola e Japão

#### **Resultados**

Aumento da percepção da marca do setor de TI brasileiro entre o público alvo do projeto.

Capacitação de empresas recém ingressadas no projeto em eventos internacionais

Identificação da marca do setor de TI brasileiro como sinônimo de produtos e serviços de TI de alta qualidade e confiabilidade.

#### **Marcos Críticos**

Para Feiras: Organizador contratado, divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **1. AÇÕES HORIZONTAIS**

---

### **AÇÃO 1.6 – Network Meetings**

O objetivo dos Network Meetings nos países mencionados abaixo é realizar ações de desenvolvimento de mercado, buscando ou consolidando contatos ou oportunidades já identificadas. Tais mercados já vêm sendo prospectados e há necessidade de se dar continuidade a presença brasileira.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW

#### **Descrição da ação**

Realizar missões de negócios – Network Meeting com a finalidade de prospectar oportunidades e gerando conhecimento sobre as potencialidades de mercados alvo do projeto e não abrangidos pelas ações do PSI SW: Argentina, Canadá, Colômbia e Costa Oeste dos EUA.

#### **Metas**

6 empresas participantes e 16 leads gerados no total, para os 2 Network Meetings

#### **Mercados-Alvo**

2009- 1 evento em dois dos seguintes países: Argentina, Canadá, Colômbia ou Costa Oeste dos EUA.

#### **Resultados**

Aumento da presença das empresas e da marca do setor de TI brasileiro nos mercados escolhidos  
Identificação da marca do setor de TI brasileiro como sinônimo de produtos e serviços de TI de alta qualidade e confiabilidade.

#### **Marcos Críticos**

Para Network Meetings: Organizador contratado, divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **1. AÇÕES HORIZONTAIS**

---

### **AÇÃO 1.7 - Implantação de escritórios comerciais no exterior**

Com a intensificação das ações do PSI SW em alguns mercados, as empresas brasileiras - normalmente de pequeno e médio portes - necessitam contar com um apoio para suas atividades. Num primeiro momento estamos propondo a implantação de um escritório virtual com um contato telefônico, endereço eletrônico, endereço postal e, eventualmente, local para reuniões. As comunicações serão direcionadas para escritório da SOFTEX no Brasil. Todos os consultores do PSI SW, incluindo os consultores de verticais, terão cartão de visitas com dados do mercado correspondente.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW

#### **Descrição da ação**

Propiciar às empresas e aos consultores do PSI SW um ponto de apoio nos mercados: Estados Unidos (Miami), México, África do Sul, Japão, Angola e Espanha.

#### **Metas**

6 escritórios virtuais instalados em 2009

#### **Mercados-Alvo**

2009 - Estados Unidos (Miami), México, África do Sul, Japão, Angola e Espanha.

#### **Resultados**

Ponto de apoio, virtual e físico, nos países mencionados

#### **Marcos Críticos**

Escritório virtual contratado

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### **AÇÃO 2.1 – Promoção Comercial do PSV Agronegócios**

O PSV Agronegócios definiu como primeira fase da execução efetiva do Plano do PSV o melhor preparo das empresas para a ofensiva em direção ao mercado internacional, incluindo esforços de capacitação e adequação técnica e cultural. Na busca de bons resultados, as ações do PSV foram pensadas nas seguintes etapas: FASE 1: AUMENTO DA COMPETITIVIDADE INTERNACIONAL, FASE 2: ABERTURA DE MERCADOS e FASE 3: DESENVOLVIMENTO DE NOVOS NEGÓCIOS.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Agronegócios.

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Agronegócios através da participação no Projeto Comprador EXPOINTER e organização de Missão Prospectora na feira Agritechnica na Alemanha.

#### **Metas**

3 empresas participantes na Missão e 10 em cada Projeto Comprador

#### **Mercados-Alvo**

2009 – Argentina, Colômbia e México, EUA, Polônia (Leste Europeu)

#### **Resultados**

Exposição na mídia internacional e nacional.

#### **Marcos Críticos**

Para Missão: Objetivos definidos, Agenda preparada e Relatório final aprovado.

Para projeto comprador: convidados confirmados, divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### **AÇÃO 2.2 - Promoção Comercial do PSV Aviação**

O PSV Aviação tinha sua estratégia dirigida exclusivamente para os segmentos de linhas aéreas de baixo custo/baixa tarifa e o de táxis aéreos. Analisando-se o mercado de prestação de serviços aeronáuticos civis (cadeia produtiva) e possivelmente alguns segmentos de serviços militares, verificamos que o software brasileiro dirigido a este setor tem elementos de competitividade tanto técnica como econômica.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Aviação.

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Aviação através da organização de Road Show Vendedor no México.

#### **Metas**

5 empresas participantes no Road Show

5 leads gerados

#### **Mercados-Alvo**

2009 - Usuários de software de gestão aeroportuária e de linhas aéreas nos países da América Latina e companhias de pequeno porte nos EUA, México / Caribe.

#### **Resultados**

Expansão do grupo sempre com complementação de oferta.

#### **Marcos Críticos**

Para projeto vendedor: divulgação realizada, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### **AÇÃO 2.3 – Promoção Comercial do PSV Couro e Calçados**

O PSV Couro e Calçados foi estruturada a partir da proposição de empresas principalmente ligadas à região do Vale dos Sinos – RS, considerando as seguintes premissas:

- A competência da indústria brasileira de couro e calçados reconhecida internacionalmente, sendo que a indústria de couro e calçados é uma das mais internacionalizadas da economia brasileira;
- O “conhecimento do negócio” provocado pelo foco e especialização neste nicho de mercado facilita o processo de inserção internacional das empresas de software;
- Como a maioria das empresas do PSV são de micro e pequeno porte, o que limita a capacidade de investimento na internacionalização, são necessárias ações que facilitem a complementaridade dos produtos e serviços e, se possível, a divulgação da imagem unificada e fortalecida do grupo de empresas;
- As atividades de prospecção e promoção internacional serão realizadas em conjunto e em sinergia com as ações das demais entidades representativas do setores coureiro-calçadista e de confecções (Assintecal, Abrameq, CICB, ABIT, etc.);
- Estão sendo articuladas ações de preparação para a internacionalização em conjunto com outras instituições de apoio, como SEBRAE.

#### **Estratégia proposta:**

- Foco inicial em um mercado-alvo: China, eventualmente abrangendo outros pólos produtores do leste asiático (Índia, Taiwan, Vietnã, Indonésia, Coreia, etc.);
- Aproveitar a imagem positiva do setor coureiro-calçadista brasileiro no mercado internacional para facilitar a inserção das empresas de software do PSV;
- Atuação em parceria com as entidades representativas dos setores de atuação (Assintecal, Abicalçados, Abrameq, CICB, etc.), visando propiciar sinergia nas ações, economia de recursos e acelerar o processo de inserção do PSV aproveitando-se das experiências e caminho já aberto por essas instituições;
- Promoção internacional através da divulgação de uma “solução completa”, oferecida como uma marca única;
- Divulgação da imagem de “conhecimento do negócio”;
- Promoção de atividades preparatórias à inserção internacional desenvolvidas com o apoio de outras instituições, como o SEBRAE;
- Aproveitar-se da rede de relacionamentos no exterior, formada especialmente por técnicos e empresários brasileiros atuantes no mercado coureiro-calçadista internacional;

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Couro e Calçados

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Couro e Calçados através de prospecção de mercado e Estruturação, integração e consolidação da solução de software para mercado internacional.

#### **Metas**

3 empresas participantes na prospecção de mercado

#### **Mercados-Alvo**

2009 – China e prospecção na América Latina (Argentina)

#### **Resultados**

1 mercado-alvo prospectado

Conhecimento da solução de software ofertada pelo PSV no mercado coureiro-calçadista asiático, especialmente por empresas com relação com mercado brasileiro.

#### **Marcos Críticos**

Para Missão: Objetivos definidos, Agenda preparada e Relatório final aprovado.

Para estudo para Integrações de soluções: Escopo do estudo definido, Consultoria contratada e Relatório final aprovado.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### AÇÃO 2.4 – Promoção Comercial do PSV Educação

O PSV Educação dará continuidade a estratégia adotada, diminuindo seu foco nos EUA e ampliando sua atuação para mercados asiáticos considerados importantes e com grande potencial de compra para produtos brasileiros, visando ampliar a nossa participação nos mercados do Oriente Médio e Ásia.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Educação.

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Educação através da organização de Projeto Comprador em 2009, bem como de contratação de consultoria na Europa.

#### **Metas**

10 empresas participantes no projeto comprador

#### **Mercados-Alvo**

2009 – Inglaterra, EAU, China e Índia

#### **Resultados**

Expansão dos mercados de atuação das empresas da PSV

#### **Marcos Críticos**

Para projeto comprador: divulgação realizada, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

Para consultoria: Escopo do trabalho definido, Consultoria contratada e Relatório final aprovado.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### **AÇÃO 2.5 – Promoção Comercial do PSV Energia**

O PSV Energia vem atuando no âmbito do PSI SW a 2 anos e revalidou a estratégia traçada em função do aumento do número de empresas e da experiência do grupo neste período. As empresas que compõem a Vertical atendem a toda cadeia de energia elétrica (geração, transmissão e distribuição - GTD), oferecendo soluções para grandes consumidores de energia, produtos que auxiliam a eficiência energética e o uso final da energia. Integra produtos gerenciadores e otimizadores oferecendo uma melhor gestão para quem utiliza, sendo que muitos deles estão em plataforma livre, podendo desta forma ser oferecidos também para países que incentivam o seu uso. As empresas estabeleceram um canal aberto entre elas, onde conhecem outras soluções e podem oferecer soluções compartilhadas. Algumas empresas estudam a customização do produto com soluções integradas.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Energia.

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Energia através da organização de Road Show Vendedor em Miami - EUA.

#### **Metas**

10 empresas participantes no projeto vendedor

#### **Mercados-Alvo**

2009 - América Latina, com foco no México, Argentina, Chile e Venezuela

#### **Resultados**

Consolidação da estratégia adotada pela PSV

#### **Marcos Críticos**

Para projeto comprador: divulgação realizada, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### AÇÃO 2.6 – Promoção Comercial do PSV Finanças

O PSV Finanças revalidou sua estratégia em função da experiência de 2 anos no âmbito do PSI SW e dos resultados obtidos. As empresas que compõem a Vertical pretendem dar continuidade a sua atuação nos mercados anteriormente definidos, através da organização de eventos focados, ações de marketing e suporte à empresas participantes.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Finanças.

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Finanças através da organização da Feira Financial Insights 2009.

#### **Metas**

5 empresas participantes na feira e 10 no projeto comprador  
40 leads gerados

#### **Mercados-Alvo**

2009 – EUA e México

#### **Resultados**

2 empresas exportadoras a incorporadas à PSV por ano.

#### **Marcos Críticos**

Para Feiras: empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído

Para projeto comprador: divulgação realizada, consultor contratado, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### **AÇÃO 2.7 - Promoção Comercial do PSV Gestão Empresarial**

O PSV Gestão Empresarial foi criado em 2005 e para o biênio 2009/2010 definiu que a melhor forma de comercialização nos mercados alvo é através de canais de vendas indiretos (distribuidores, revenda de valor agregado, agende comercial, etc.).

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Gestão Empresarial

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Gestão Empresarial através da participação nas feiras Xchange Latin America, Xchange, Criação da Central de Desenvolvimento de Canais, incluindo consultoria para atividades como: criação de banco de dados dos potenciais parceiros; desenvolvimento dos perfis ideais; montagem de mapa de Inteligência competitiva; ações de marketing direcionado; sinergia com as demais PSVs.

#### **Metas**

5 empresas participantes em cada feira

#### **Mercados-Alvo**

2009 - Estados Unidos e Canadá, Continente Africano (África do Sul, Nigéria e países de língua portuguesa), América Latina, Europa (países de língua inglesa, portuguesa e hispânica)

#### **Resultados**

Contratação de pelo menos um distribuidor por empresa participante

#### **Marcos Críticos**

Para Feiras: Organizador contratado, divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído

Para estudos: Escopo dos estudos definidos, Consultorias contratadas e Relatório final aprovado.

---

## 2. AÇÕES POR VERTICAIS

---

### AÇÃO 2.8 – Promoção Comercial do PSV Governo Eletrônico

O PSV Governo experimentou um incremento de atividades no período 2007-2008 com as ações na África do Sul e na frente sul americana, havendo bons indícios de potencial de negócios principalmente junto à própria África do Sul e a Venezuela e Cuba. Em função do interesse observado nesses países, definiu-se pela continuidade das ações relacionadas ao Software Público Brasileiro, pois o modelo demonstrou ser particularmente atraente no mercado internacional, mormente nas economias onde a presença estatal é forte e há espaço para o intercâmbio de serviços. A perspectiva para 2009 é de intensificação de ações e de maturação de uma ampla gama de negócios. No entanto, identifica-se também demanda e oportunidades para software proprietário.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Governo

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Governo através da participação nas feiras Gov Tech – África do Sul, IT Expo, Presença continuada – África do Sul, Escritório Virtual , Mini-Projeto Comprador, Tradução e distribuição de Artigos s/ SW Público Brasileiro, num [esforço comercial de divulgação](#) dos artigos gerados pelo governo brasileiro através da SLTI e outros órgãos, disponibilizando para os nossos contatos de governo nos mercados alvo, nas embaixadas e na comunidade de software livre internacional para gerar [oportunidades](#) de negócios [para empresas brasileiras](#) envolvidas.

#### **Metas**

5 empresas participantes na feira e 5 no mini projeto comprador  
10 leads qualificados gerados

#### **Mercados-Alvo**

2009 – Caribe (Cuba, Panamá), América do Sul e África e África do Sul

#### **Resultados**

Divulgação do software público brasileiro e 2 negócios fechados

#### **Marcos Críticos**

Para Feira: Organizador contratado, divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído

Para projeto comprador: Consultor contratado, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### AÇÃO 2.9 – Promoção Comercial do PSV Petroleo

O PSV Petroleo e Gas foi estruturado em 2008 e suas ações estão sendo incluídas neste projeto. O posicionamento do Brasil como um importante produtor de petróleo, a partir da descoberta das consideráveis reservas na Bacia de Campos, gerou a necessidade da adoção de novas tecnologias, e constatou-se a existência de expressivo número de empresas que desenvolvem soluções para os diversos segmentos da atividade petrolífera. Oferecer apoio estruturado a essas empresas é de fundamental importância no sentido de difundir, junto ao mercado mundial, produtos e serviços originados pelas pesquisas realizadas no Brasil, especialmente diante das demandas da Petrobrás.

Estratégia adotada pela PSV:

- Desenvolver conjunto de ações junto a mercados emergentes, no continente africano e latino americano;
- Selecionar EUA como mercado de referência, permitindo avaliar o potencial dos produtos e serviços ofertados;
- Utilizar as NOC's (National Oil Companies) como âncoras para construção de parcerias e "joints" com fornecedores locais.

### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Petroleo

### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Petroleo através da participação de Missão Empresarial em Houston

### **Metas**

3 empresas participantes na missão

### **Mercados-Alvo**

2009 – Estados Unidos, Africa (a partir de Angola)

### **Resultados**

1 parcerias fechadas com fornecedores

### **Marcos Críticos**

Para missões: Objetivos definidos, Agenda preparada e Relatório final aprovado.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### **AÇÃO 2.10 – Promoção Comercial do PSV Saúde**

O PSV Saúde foi criado em 2005 e desde então foi identificado um potencial de oportunidades para as empresas de software de saúde brasileiras nos mercados alvo da região América Latina (México e Chile) sendo este o foco estratégico nesse período inicial de atividades. A partir destas ações foram identificadas por participantes do PSV potenciais oportunidades da mesma natureza dos mercados acima para os Estados Unidos e Europa. Em princípio, Portugal parece ter uma estrutura empresarial e um mercado interno para o setor de TI com características muito semelhantes às do Chile e suas companhias de serviços, o que poderia oferecer oportunidades de sinergia em ações na Europa. Desta forma, as empresas estão visando a realização de ações preliminares no mercado europeu em 2009, com o objetivo de avaliar uma possível opção estratégica em 2010.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Saúde

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Saúde através da organização do Projeto Comprador junto à Feira Hospitalar de São Paulo, Road Show Vendedor no México, Escritório Virtual e Presença continuada no México e Missão Prospectora a Portugal.

#### **Metas**

5 empresas participantes no road show, 10 no projeto comprador e 3 na Missão Prospectora

#### **Mercados-Alvo**

2009 – México e países vizinhos (Caribe), Chile e países (como Peru, Argentina), Colômbia e países (Venezuela, Guianas e Equador) e Portugal

#### **Resultados**

Expansão do grupo sempre com complementação de oferta.

#### **Marcos Críticos**

Para projeto comprador e road show: divulgação realizada, consultor contratado, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### **AÇÃO 2.11 – Promoção Comercial do PSV Segurança**

O PSV Segurança obteve sucesso em termos de vendas concretizadas e visibilidade a partir das ações realizadas nos anos 2007 e 2008, o que recomenda manutenção da estratégia básica adotada. No entanto o número de empresas participantes tem se reduzido por motivos diversos como fusões e aquisições. Neste sentido será feito um esforço de recomposição do Portfolio de empresas. Para tal, de forma a permitir a participação de empresas de menor porte, será realizada expansão das ações para a América Latina, tradicionalmente um mercado menos competitivo, com menores barreiras de entrada, que requer menores custos operacionais. Também serão promovidos esforços visando a atuação articulada com outras PSVs, em especial finanças e governo. Adicionalmente será feita articulação com o Gabinete de Segurança do Presidente da República, através do Departamento de Segurança da Informação e Comunicações - DSIC, no sentido de participar das ações em curso, no âmbito daquele ministério, visando a geração de oportunidades comerciais para as empresas do PSV.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Segurança

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Segurança através da participação no Itsitio, Seminário Internacional em Segurança da Informação (Projeto Comprador)

#### **Metas**

10 empresas participantes no projeto comprador

50 leads gerados

#### **Mercados-Alvo**

2009 – Estados Unidos, países da América Latina como: Argentina, Colômbia, Peru, Chile, Paraguai e Espanha

#### **Resultados**

Adoção de tecnologias brasileiras de proteção a informações pelos países alvo

#### **Marcos Críticos**

Para Feiras: divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído

Para projeto comprador: divulgação realizada, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### AÇÃO 2.12 – Promoção Comercial do PSV Telecom

O PSV Telecom tem como estratégia transformar as empresas participantes em fornecedoras preferenciais dos grandes grupos de fornecedores, considerando o grande movimento de consolidação que vem ocorrendo neste setor, tanto com relação a prestadoras de serviços como a fornecedoras.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do PSV Telecom

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do PSV Telecom através da identificação e desenvolvimento de parceiros nos países das subsidiárias presentes no Brasil com que as empresas da PSV tenham casos de sucesso, realização de road shows nos mercados alvo da Africa do Sul e Projeto Comprador durante a Futurecom 2009.

#### **Metas**

5 empresas participantes no road show e 10 no projeto comprador

5 parceiros identificados

#### **Mercados-Alvo**

2009 - México, Venezuela e Africa do Sul

#### **Resultados**

2 parcerias fechadas com fornecedores

#### **Marcos Críticos**

Para consultoria: Escopo do trabalho definido, Consultorias contratadas e Relatório final aprovado

Para projeto comprador: Divulgação realizada, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### AÇÃO 2.13 – Promoção Comercial do Grupo Empresarial Games

O Grupo Empresarial de Games definiu que para o biênio 2009/2010 deverá continuar participando das feiras internacionais do setor, para entrar em contato com os tomadores de decisão no que se refere a seleção de produtos que serão publicados ou empresas de outsourcing que serão contatadas e pretende-se fortalecer a imagem das empresas brasileiras desenvolvedoras de games.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do Grupo Empresarial Games

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do Grupo Empresarial Games através da participação nas feiras Game Connection de Lyon, e organização do Projeto Comprador SBGames

#### **Metas**

5 empresas participantes na feira e 10 no projeto comprador

25 leads gerados

#### **Mercados-Alvo**

2009 – Estados Unidos, Alemanha, França

#### **Resultados**

1 empresa exportadora incorporada à PSV por ano.

#### **Marcos Críticos**

Para Feiras: divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído

Para projeto comprador: divulgação realizada, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## **2. AÇÕES POR VERTICAIS**

---

### AÇÃO 2.14 – Promoção Comercial do Grupo Empresarial Outsourcing

O grupo empresarial de outsourcing tem tido uma participação contínua nas ações do PSI SW, uma vez que no cenário internacional o conceito de terceirização e a adoção de parceiros internacionais, está se difundindo cada vez mais, na medida que as empresas clientes descobrem que esta estratégia contribui para redução de custos e melhoria de desempenho das aplicações e soluções atendidas. Grupo Empresarial Outsourcing tem centrado suas ações no mercado norte americano. O primeiro eixo estratégico do grupo dará continuidade ao trabalho realizado em 2007 e 2008, que é buscar a melhor participação e exposição institucional aliada com o potencial de geração de negócios. Estas ações, em geral, estão alinhadas com as ações das grandes empresas que participam da vertical. O segundo eixo irá trabalhar na implementação de ações de promoção mais dirigidas, que também beneficiem as empresas com capacidade de investimentos menor, em especial as participantes das Fabricas de Software da BR.SW.

#### **Empresas-alvo**

Empresas integrantes do Grupo Empresarial Outsourcing

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas do Grupo Empresarial Outsourcing através da participação nas feiras Mid Size Enterprise Summit West e no Brazil IT Roundtables & Webminar Series em parceria com o The Outsourcing Institute

#### **Metas**

5 empresas participantes em cada feira

30 leads gerados

#### **Mercados-Alvo**

2009 - Estados Unidos, Japão, Inglaterra, Espanha

#### **Resultados**

2 empresas exportadoras novas incorporada à PSV

#### **Marcos Críticos**

Para Feiras: divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

---

## 2. AÇÕES VERTICAIS

---

AÇÃO 2.15 - Promoção Comercial de Grupo de empresas credenciadas como II-MPS.BR, IA-MPS.BR e CA-MPS.BR

O modelo MPS.Br, desenvolvido no Brasil pela SOFTEX, com apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento - BID, e do Ministério da Ciência e Tecnologia - MCT consiste em uma metodologia de melhoria dos processos de desenvolvimento de software. O modelo alcançou grande sucesso por oferecer às empresas usuárias um método eficiente e eficaz porém com custos significativamente reduzidos se comparado com seu congêneres internacional, o CMMI. Atualmente está implantado em cerca de 200 empresas, treinou cerca de 3.000 profissionais e possui cerca de 30 empresas e instituições credenciadas como implementadoras, além de ter sido recomendado à administração pública brasileira em suas compras de software pelo Tribunal de Contas da União. Todo este cenário sinaliza para uma oportunidade comercial no sentido de implantar o MPS.Br em empresas estrangeiras localizadas em países com mercado de TI similar ao Brasil.

### Empresas-alvo

Empresas de prestação de serviços de consultoria em engenharia de software, melhoria de processo de software e aquisição de software e serviços credenciadas pela SOFTEX na condição de II-MPS.BR (Instituição Implementadora do Modelo MPS.BR), IA-MPS.BR (Instituição Avaliadora do Modelo MPS.BR) e CA-MPS.BR (Consultoria de Aquisição de Software e Serviços de TI).

### Descrição da ação

Realização de missões técnico-comerciais aos mercados-alvo apresentando o Modelo MPS como alternativa para o incremento da maturidade dos processos de software. Para a realização de tal ação será necessária a identificação e seleção em cada mercado-alvo de potenciais instituições de cooperação internacional para celebrar acordos e parcerias estratégicas que contribuam para a divulgação e promoção do MPS nos mercados-alvo selecionados; divulgação via promoção no ITSite (Ação 1.2) e realização de um Projeto Vendedor.

### Metas

4 Mercados-Alvo contemplados

5 empresas (IIs, IAs ou CAs) participando de cada missão técnico comercial

### Mercados-Alvo

2009 - México, Colômbia, Peru, Uruguai;

### Resultados

- Expectativa de exportação de US\$ 0,3 milhão em 2009 em serviços de:

- [consultoria de implementação MPS a cargo de II-MPS.BR;](#)
- [serviços de avaliação MPS a cargo de IA-MPS.BR;](#)
- consultoria em [melhoria do processo de aquisição a cargo de CA-MPS.BR;](#)
- capacitação no modelo MPS através de [cursos e provas de Introdução ao MPS \(C1 e P1\) e de Aquisição de Software e Serviços de TI \(C4 e P4\),](#)..

- 1 empresa ( I.I., I.A. ou CA) exportadora de serviços

### Marcos Críticos

Levantamento e definição do perfil ideal dos parceiros, Aquisição de mailing list, Validação e Desenvolvimento de nova lista de parceiros, Desenvolvimento e execução de campanhas e-mail marketing, Desenvolvimento do banco de dados de potenciais parceiros (website).

---

### **3. PROJETOS NUVEM**

---

#### AÇÃO 3.1 - Virtual Business Environment (VBE)

Concepção, desenvolvimento e implantação de ambiente virtual de colaboração e negócios permitindo que, além de outras funcionalidades, registro de oportunidades de negócios identificadas por diversas fontes - consultores de PSVs, agentes regionais, empresas e SOFTEX - de forma a que se configurem parcerias para aproveitá-las.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW

#### **Descrição da ação**

Contratação de consultoria para montagem do marketplace, inserção dos leads, informações estratégicas de mercado e oportunidades de negócio; acompanhamento e gestão das oportunidades.

#### **Metas**

40 oportunidades registradas e 4 parcerias de negócios formadas em 2009

#### **Mercados-Alvo**

2009 - os mesmos do projeto

#### **Resultados**

Disponibilizar informações de interesse das empresas participantes  
Negócios gerados

#### **Marcos Críticos**

Escopo do sistema definido, consultoria contratada, divulgação às empresas realizada e relatório semestral da utilização e resultados aprovado

---

## **4. AÇÕES REGIONAIS**

---

### **AÇÃO 4.1 – Apoio a ações da região de Campinas (Actminds)**

Em 2005, quando da aprovação do primeiro PSI SW com característica nacional, o Actminds era o projeto apoiado pela Apex Brasil com maturidade e excelentes resultados. Com a maturidade adquirida pelo projeto nacional, não se justifica mais a co-existência de um projeto com escopo similar. Em função disto, estamos iniciando o processo de assimilação das ações do Actminds no projeto nacional.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas da região de Campinas

#### **Descrição da ação**

1. Realização de estudos e pesquisas de mercados  
8 estudos / pesquisas comprados ou realizados em 2009
  
2. Participação nos eventos:
  1. CIAB Febraban- 2009
  2. SOA World 2009 West
  3. SHRM Annual Conference & Exposition
  4. MS WPC (Microsoft Worldwide Partner Conference)
  5. Midsize Enterprise Summit West
  6. Congresso AMEDIRH
  7. Gartner Symposium ITXpo 2009
  8. Share Point Conference 2009
  9. SuperComm 2009
  10. SCTE Cable-Tec Expo
  11. CloudComputing 2009
  12. Gartner Application Architecture, Development & Integration Summit 2009
  13. RiskUSA 2009

#### **Metas**

22 empresas participantes

19 eventos

#### **Mercados-Alvo**

2009 – EUA, México, Espanha, Argentina e Colômbia

#### **Resultados**

Expectativa de vendas de R\$ 53 milhões em 2009

#### **Marcos Críticos**

Consultorias contratadas, Escopo dos estudos definidos, Eventos organizados e Relatório final aprovado.



---

## **4. AÇÕES REGIONAIS**

---

### **AÇÃO 4.2 - Apoio a ações da região de Curitiba**

Constituir o CURITIBA OFFSHORE CENTER e posicionar a cidade como local de destaque para serviços de IT offshore.

Em 2005, quando da aprovação do primeiro PSI SW com característica nacional, o Actminds era o projeto apoiado pela Apex Brasil com maturidade e excelentes resultados. Com a maturidade adquirida pelo projeto nacional, não se justifica mais a co-existência de um projeto com escopo similar. Em função disto, estamos iniciando o processo de assimilação das ações do Actminds no projeto nacional.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas de serviços da região de Curitiba

#### **Descrição da ação**

Desenvolver material institucional e de divulgação para o CURITIBA OFFSHORE CENTER e para as empresas participantes, identificar instituições de cooperação internacional para celebrar acordos e parcerias estratégicas que contribuam para a promoção do CURITIBA OFFSHORE CENTER, contratar consultoria de marketing estratégico para posicionar a iniciativa.

#### **Metas**

1 artigo publicado em revista especializada

Video distribuido entre empresas potenciais compradoras de serviços

#### **Mercados-Alvo**

2009 - EUA e America Latina (Argentina, Chile, Colombia)

#### **Resultados**

Reconhecimento de Curitiba como centro de desenvolvimento de serviços de TI

#### **Marcos Críticos**

Material promocional definido e contratado, consultoria contratada, divulgação realizada e Relatório final aprovado.

---

## **5. GESTÃO DO PROJETO**

---

### AÇÃO 5.1 - Equipe e viagens

Fortalecimento da gestão do projeto através da manutenção dos profissionais atualmente alocados e remunerados pela entidade, contratação de novos colaboradores: 1. utilizando recursos do projeto PAIPME da ABDI fortalecendo a regionalização e 2. utilizando recursos do projeto para reforçar as áreas de Promoção Comercial (quality assurance) e PSV's (cordenadores)

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW

#### **Descrição da ação**

Prover a gestão do projeto de recursos necessários para garantir a motivação das empresas

#### **Metas**

Melhorar o suporte oferecido a empresas descentralizadas  
Aprimorar os controles dos indicadores gerenciais  
Melhorar a comunicação e divulgação do projeto

#### **Resultados**

Cumprir as metas físicas e financeiras previstas  
Aprovar relatórios parciais e finais e prestação de contas

#### **Marcos Críticos**

Escopo dos estudos definidos, Consultorias contratadas, Relatório final aprovado e divulgação às empresas realizada.

---

## **5. GESTÃO DO PROJETO**

---

### AÇÃO 5.2 – Site e Ferramentas

Definir e divulgar a marca do setor de TI brasileiro através da divulgação de material específico sobre a indústria brasileira e sobre cada empresa e/ou serviço / produto das empresas que participarem dos eventos para divulgação nos mercados-alvo, bem como implantar ferramentas de acompanhamento e controle dos resultados gerados com as ações do projeto.

#### **Empresas-alvo**

Todas as empresas do PSI SW

#### **Descrição da ação**

Apoiar as empresas de software e serviços brasileiros através divulgação e promoção da marca BRAZIL IT nos mercados-alvo, através da atualização e produção contínua de material promocional de divulgação, da manutenção e atualização do site [www.brazil-it.com](http://www.brazil-it.com), da elaboração e implantação de ferramentas.

#### **Metas**

Site atualizado e com consultas mensais

#### **Resultados**

Disponibilizar informações sobre as empresas brasileiras

#### **Marcos Críticos**

**Site remodelado e atualizado, ferramentas implantadas.**

## ANEXO

### ÍNDICE DE PRONTIDÃO DE EXPORTAÇÃO (IPE)

#### I. INTRODUÇÃO

O Índice de Prontidão de Exportação (IPE) é uma das ferramentas do modelo estratégico para exportação do PSI SW e tem por objetivo caracterizar a situação das empresas participantes do Programa quanto à sua prontidão para exportação. O IPE proporciona um diagnóstico que permite à Coordenação do PSI SW maior clareza quanto às ações que podem ser mais efetivas para levar uma empresa a exportar ou aumentar seu volume de exportação.

A construção do IPE para cada empresa se dá a partir da aplicação de um questionário, cujos principais indicadores encontram-se resumidos no item a seguir. O IPE classifica as empresas em um dos 3 níveis definidos para exportação:

- baixa prontidão - quando a empresa tem interesse mas pouca capacidade;
- média prontidão - quando a empresa já iniciou contatos e eventualmente alguma venda esporádica;
- alta prontidão - quando a empresa tem disposição para investir e estruturar a empresa para uma ação consistente.

#### II. INDICADORES

Os principais indicadores utilizados para formar o IPE de uma empresa são:

- Interesse da empresa na exportação de seus produtos e serviços;
- Porte da empresa;
- Potencial de comercialização de seus produtos e serviços no exterior;
- Estratégia de penetração do mercado internacional definida;
- Adequação da estrutura interna da empresa às necessidades do mercado internacional de software:

5.1 Capacidade de entrega (delivery);

5.2 Capacidade de suporte

5.3 outros

- Disponibilidade financeira;
- Planejamento e existência de modelo de negócio;
- Experiência no mercado internacional;

## Cronograma de Eventos 2009

<b>Mês</b>	<b>Período</b>	<b>Evento</b>	<b>Local</b>	<b>PSV</b>
Junho	02 a 05	Projeto Comprador Hospitalar	São Paulo / Brasil	Saúde
Julho	13 a 16	MS WPC - Microsoft WorldWide Partner Conference	New Orleans / USA	Actminds
	27 a 31	Projeto Comprador Educação WCCE	Bento Gonçalves / Brasil	Educação
	25 a 29	Projeto Comprador Seminário Internacional de Segurança da Informação	Brasília / Brasil	Segurança
	30 a 31	IT Roundtables & Webinar Series	New York / USA	Outsourcing
Agosto	A definir/seto ou out	Missão Prospectora China	Beijing / Guangzu	Couro e Calçados
	17 a 20	Feira XChange	Washington / USA	Gestão
	22 a 24	Road Show Vendedor USA	Miami / USA	Energia
	29 a 06/09	Projeto Comprador EXPOINTER	Esteio / Brasil	Agronegócios
	A definir	Presença continuada no México	Cidade do México / MX	Saúde
	A definir	Road Show Vendedor México	Cidade do México / MX	Aviação
	A definir	Mini Projeto Comprador	São Paulo / Brasil	Governo
	A definir	Road Show Vendedor África do Sul	Johannesburgh / AS	Telecom
	03	TV Movil	Miami / USA	Actminds
	07	Brazilian IT Seminar	New York / USA	Generalista

Setembro	8 a 9	Congresso Internacional de AMEDIRH	Cidade do México	Actminds
	09 a 11	Projeto Comprador RioInfo	Rio de Janeiro / Brasil	Generalista
	13 a 16	GovTech	Durban / AS	Governo
	13 a 17	Midsize Enterprise Summit West	Los Angeles / USA	Outsourcing Actminds

<b>Mês</b>	<b>Período</b>	<b>Evento</b>	<b>Local</b>	<b>PSV</b>
Outubro	29 a 01/10	Road Show Vendedor Financial Insights	Boston / USA	Finanças
	30 a 02/10	X Change Latin America	Miami / USA	Gestão
	A definir	Network Meeting	A definir	Generalista
	A definir	Brazilian IT Seminar	New York / USA	Generalista
	08 a 10	Projeto Comprador SBGames	Rio de Janeiro / Brasil	Games
	13 a 16	Projeto Comprador Futurecom	São Paulo / Brasil	Telecom
	18 a 23	Gartner Symposium ITXPO	Orlando, FL / USA	Generalista/ Actminds
	18 a 23	Road Show Vendedor	Orlando, FL / USA	MPS-BR
	19 a 22	Share Point Conference	Las Vegas / USA	Actminds
	21 a 23	SuperComm	Chicago / USA	Actminds
	28 a 29	SCTE Cable -Tec Expo	Denver / USA	Actminds
	A definir	RiskUSA	New York / USA	Actminds
	A definir	Road Show Vendedor México	Cidade do México / MX	Saúde
	A definir	Missão Empresarial Houston	Houston / USA	Petróleo
Novembro	02 a 04	CloudComputing 2009	Santa Clara / USA	Actminds
	03 a 07	ITXPO Europe	Cannes / França	Generalista
	10 a 14	Missão Prospectora Agriteknica	Hannover / Alemanha	Agronegócios
	11 a 13	ITXPO Japão	Tokyo / Japão	Generalista
	16 a 19	Missão Empresarial Web2Expo	New York / USA	Generalista
	28 a 30	IT Fórum Angola	Luanda / Angola	Generalista
	A definir	SOA World Conference West	Califórnia / USA	Actminds
	A definir	Presença Continuada África do Sul	Johannesburgh / AS	Governo

<b>Mês</b>	<b>Período</b>	<b>Evento</b>	<b>Local</b>	<b>PSV</b>
Dezembro	07a 09	Gartner Application Architecture, Development & Integration Summit	Las Vegas / USA	Actminds
	08 a 10	Game Connection	Lyon / França	Games
	A definir	Missão Prospectora Portugal	Lisboa / Portugal	Saúde