



PSI-SW 2007 - 2008

Projeto Setorial Integrado

para exportação de software
e serviços correlatos



Sumário

1	Introdução	3
2	Proponente	4
2.1	Entidade proponente.....	4
2.2	Representantes legais da entidade proponente.....	4
2.3	Responsáveis pela Coordenação do projeto na entidade.....	4
2.4	Outros parceiros envolvidos.....	5
2.5	Abrangência e representatividade.....	7
2.6	Segmento empresarial e porte das empresas beneficiárias	9
2.6.1	Caracterização da indústria de software internacional	9
2.6.2	Caracterização da indústria de software nacional	10
2.6.3	Caracterização das empresas participantes	12
2.7	Gestão do PSI	13
3	Participantes	20
4	Objetivos e Metas do PSI-SW.....	21
5	Caracterização das Empresas.....	23
6	Segmentação do Mercado	27
7	Operações do Projeto.....	30
7.1	Operação: Inteligência Comercial.....	30
7.2	Operação: Promoção Comercial	30
7.3	Operação: Capacitação.....	31
7.4	Operação: Atividades Diversas	32
7.5	Operação: Gestão.....	32

Anexos.

- Resumo Executivo
- Estimativa de Exportações e Empregos
- Cronograma de Desembolso
- Cronograma de Eventos 2007 e 2008
- Memória de Cálculo

1. Introdução

Este documento visa descrever as atividades previstas para o biênio 2007/2008, no âmbito do Projeto Setorial Integrado para Exportação de Software e Serviços Correlatos – PSI-SW.

O PSI-SW, fruto da articulação entre a APEX Brasil – Agência de Promoção das Exportações e Investimentos e a SOFTEX – Associação para Promoção da Excelência do Software Brasileiro, configurada em convênio assinado em 20 de janeiro de 2005, com vigência de 1 ano, e prorrogado até 31/12/2006, visa ser renovado a fim de dar continuidade aos trabalhos desenvolvidos até agora.

No transcorrer de 2005, executou-se a principal ação do PSI-SW, qual seja a organização das empresas participantes em grupos orientados a segmentos de negócios, visando a uma abordagem de mercado compartilhada. Já em 2006 o modelo foi exercitado com a execução de diversas ações definidas pelas empresas, no âmbito dos chamados Portfólios de Soluções Verticais (PSV's), sendo que os primeiros resultados já começaram a aparecer.

Para o período 2007 e 2008, manteve-se a estrutura geral do projeto, consultando-se as empresas, por PSV's, sobre quais estratégias e ações que elas pretendem implementar e solicitam incorporar ao projeto. Foram realizadas, em conjunto com a APEX, reuniões de validação das ações do projeto com cada portfólio de soluções verticais – PSV.

Além das ações solicitadas, também estão contempladas no projeto ações de cunho generalista, que têm como objetivo permitir a participação das empresas em geral, sem vinculação a uma estratégia verticalizada.

O PSI-SW mantém suas características de projeto nacional, pois conta com o envolvimento de empresas localizadas em um número significativo de cidades brasileiras, além de integrar empresas de projetos regionais de exportação, num momento anterior apoiados pela APEX.

2. Proponente

2.1 Entidade proponente

Entidade Proponente Associação para a Promoção da Excelência do Software Brasileiro – SOFTEX		CNPJ 01.679.152/0001-25	
Tipo da Entidade Associação de direito privado, sem fins lucrativos, qualificada como OSCIP			
Endereço Estrada Telebrás / UNICAMP Km 0,97 UNICAMP		CEP 13081-970	
Cidade Campinas	UF SP	Telefone (19) 3287-7060	Fax (19) 3287-7150
Sítio eletrônico www.softex.br	Endereço eletrônico para contato jaa@nac.softex.br		

2.2 Representantes legais da entidade proponente

Representantes	Função	R.G.	C.P.F.
Waldemar Alberto Borges R. Neto	Diretor Presidente		
Márcio Ellery Girão Barroso	Diretor Vice-Presidente		
Descartes de Souza Teixeira	Diretor Vice-Presidente		

2.3 Responsáveis pela coordenação do projeto na entidade

Responsáveis	Função	R.G.	C.P.F.	Telefone	Email
José Antônio Antonioni	Coordenador Geral			(51) 9969-4578	jaa@nac.softex.br
Gláucia Critter Chiliatto	Gerente de Desenvolvimento de Negócios			(19) 3287-7060	glauucia@nac.softex.br

2.4 Outros parceiros envolvidos

Os parceiros envolvidos são aqueles cujos dados são descritos a seguir.

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 www.mct.gov.br	Endereço eletrônico para contato antenor@mct.gov.br		
<p>Função e responsabilidades</p> <p>Custear algumas atividades 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 www.finep.gov.br	Endereço eletrônico para contato tosta@finep.org.br		
<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: www.abdi.com.br/		Endereço eletrônico para contato: abdi@abdi.com.br	
Realização de atividades conjuntas voltadas à capacitação e parceria na realização de ações de promoção comercial.			

Nome Sebrae			CNPJ 00030845000145
Endereço SEPN – Quadra 515 – Lote 03 – Bloco C – Asa Norte			CEP: 70770-530
Cidade Brasília	UF DF	Telefone 61 3348-7100 61 3348-7128	Fax 61 3347-3581
Sítio Eletrônico: Diversos		Endereço eletrônico para contato: rosanamelos@sebrae.com.br	
Realização de atividades conjuntas voltadas à capacitação e parceria na realização de ações de promoção comercial, apoiando as pequenas e médias empresas.			

Nome Instituto Euvaldo Lodi – IEL			CNPJ 00366849000183
Endereço Setor Bancário Norte – Quadra 01 – Bloco B – Lote 24 Edifício CNC – 9º andar			CEP: 70 041-902
Cidade Brasília	UF DF	Telefone 61 3327-2120 e 61 3327-2060	Fax 61 3327-2536
Sítio Eletrônico: www.iel.org.br/		Endereço eletrônico para contato: tatiana@iel.cni.org.br	
Realização de atividades conjuntas voltadas à capacitação e parceria na realização de ações de promoção comercial, coordenando rodas de negócios no âmbito do EUROCENTRO/ALL INVEST.			

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: www.softex.br		Endereço eletrônico para contato	
<p>Função e responsabilidades</p> <p>Apoiar a Sociedade SOFTEX no detalhamento e na definição das ações deste PSI-SW.</p> <p>Executar, de forma conveniada com a Sociedade SOFTEX e a critério desta, ações ou partes das ações deste PSI.</p> <p>Captar recursos complementares de terceiros ou aportar recursos próprios necessários à viabilização das ações propostas neste PSI -SW.</p> <p>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.</p>			

2.5 Abrangência e representatividade

Em 1991/1992, surge o Programa para Promoção da Excelência do Software Brasileiro – Programa SOFTEX, como parte do Projeto DESI (Desenvolvimento Estratégico em Informática), em 1991/1992, 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[i], 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 14 anos de existência, na Sociedade SOFTEX e em uma rede de 25 Agentes Regionais, distribuídos pelo território nacional, em 23 cidades de 13 estados, nas 5 regiões brasileiras.

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.

Os Agentes SOFTEX possuem contatos internacionais, atuando como porta para o mercado externo.

Em 2005, a ação direta dos Agentes alcançou 1.101 empresas associadas e 128 empresas incubadas e pré-incubadas. 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.

O custeio da Sociedade SOFTEX é feito com recursos disponibilizados para o Programa SOFTEX por intermédio das 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 PITCE. Estes recursos adicionais relacionam-se com as seguintes fontes e finalidades:

- APEX – Promoção da Exportação de Software e Serviços Correlatos;
- 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

Os resultados dessa dinâmica são notáveis. Em 2006, o MCT investiu na Sociedade SOFTEX um total de R\$ 6,14 milhões. No mesmo período, a Sociedade SOFTEX captou recursos para projetos em fontes adicionais (BID, FINEP e APEX) cujo montante atinge R\$ 4,62 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 foi de:

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 *

* Incluindo recursos APEX

Com relação a sua abrangência, o PSI-SW esteve aberto a receber adesão de quaisquer empresas brasileiras de software e serviços correlatos. A partir do final de 2005 e durante 2006, foram feitas reuniões em Recife, Fortaleza e João Pessoa para divulgação do PSI SW, buscando motivar a participação das empresas que já integravam projetos de exportação apoiados pela APEX, ou seja os projetos PSI-PB (Paraíba), PSI-PE (Pernambuco), PSI-CE (Ceará), Projeto Brains (Brasília) e Projeto Actminds (Campinas). Várias empresas passaram a integrar o projeto nacional. Para 2007 reforçamos o compromisso de buscar agregar mais empresas de diversas regiões do país, em especial as que participaram dos projetos regionais.

A articulação com a Associação Brasileira das Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos – ABragames, que indicou as atividades voltadas à exportação de games, incorporados ao PSI-SW (ação 7.2.11), tem aumentado e apresenta forte potencial de aumento nas atividades do referido grupo.

2.6 Segmento empresarial e porte das empresas beneficiárias

2.6.1 Caracterização da indústria de software internacional

O mercado mundial de TI movimentou o montante de US\$ 1,08 trilhão, sendo 61% deste valor relativo a software e serviços (US\$ 662 bilhões). Os EUA eram responsáveis por 39% do

mercado de TI¹, destacando-se tanto na oferta de software (87%) e serviços (64%) no mercado mundial quanto no consumo (50% e 48% respectivamente)².

O mercado norte americano de software e serviços, em 2005, era de US\$ 287,5 bilhões e embora esta posição não esteja ameaçada, a participação das regiões no mercado está se alterando, com participação expressiva do Japão (9,5%), Reino Unido (9%), Alemanha (6,2%), França (5,5%), Canadá (2,7%) Itália (2,5%), Austrália (2,4%), Espanha (1,7%), Suécia (1,5%), Holanda (1,43%), Brasil (1,09%), seguido pela Suíça e China, ambos com (1,05%)³.

Observa-se uma curva de crescimento do mercado de software e serviços correlatos em âmbito mundial. Trata-se de um crescimento não acelerado e maior que o PIB (fisicamente), indicando um mercado não muito afetado pela recessão e em processo de amadurecimento. Percebe-se no entanto, a necessidade da formação de profissionais qualificados e de melhoria da eficiência e dos processos.

Além disso, hoje se vislumbram algumas tendências:

- Quarteirização dos serviços de baixo valor agregado;
- Concentração/oligopolização no segmento de serviços de alto valor e produtos customizáveis mas com espaço para ocupação de nichos por parte de PMEs, inclusive em países em desenvolvimento;
- Convergência digital
- Continuidade no processo de concentração de mercado do segmento standard com possibilidade de modificação deste quadro pela difusão de soluções com software livre e/ou de código aberto;
- Crescimento de serviços vis-à-vis produtos;
- Aumento do software por assinatura;
- Aumento da participação da China e Índia.

2.6.2 Caracterização da indústria de software nacional

O Brasil apresenta melhores indicadores de difusão de TICs que Índia e China, possuindo, por exemplo, um número maior de pessoas usuárias de internet (46 milhões) e de

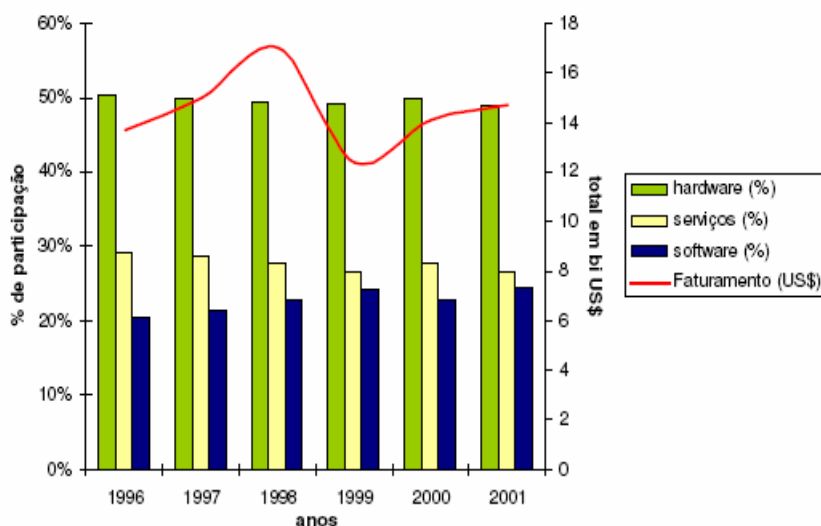
¹ OECD Information Technology Outlook 2004

² The World Bank (2005)

³ ABES – Mercado Brasileiro de Software – Panorama e Tendências 2006

computadores instalados (17 milhões). Além disso, representa 39% do mercado de TI na América Latina, mercado este de US\$ 11,9 bilhões.⁴

Gráfico – Evolução do mercado de TI no Brasil (US\$ bi e %), 1996/2001



Fonte: SEPIN/MCT, apud SOFTEX (2005)

Quanto ao mercado mundial de software e serviços, o Brasil se encontra em uma posição de destaque – décimo segundo lugar em tamanho de mercado – e ocupa a posição de liderança na América Latina, movimentando US\$ 7,41 bilhões, equivalente a 0,95% do PIB em 2005.

O setor industrial é o setor que mais vem se destacando no mercado comprador de software no país. Além disso, as circunstâncias vividas pela economia nacional nos últimos anos, com a aplicação de vários planos econômicos na década de 1980 e até meados dos anos 90, fez com que o setor financeiro também se tornasse um dos grandes compradores de software, estando em segundo lugar na participação das compras. Isto proporcionou o surgimento de empresas líderes neste mercado e que já expandem seus negócios no exterior. Os setores de Serviços, Comércio e Governo também se destacam como demandantes de software no país. No caso das compras governamentais, projetos de grande envergadura são cases mundiais, tais como o sistema da Receita Federal (Imposto de Renda), as eleições eletrônicas e as soluções para o governo eletrônico. Essas oportunidades têm sido importantes para o surgimento de empresas nacionais maduras, tanto do ponto de vista de negócios como no de desenvolvimento de tecnologia, pois tais sistemas exigem domínio de tecnologias sofisticadas.

Uma outra área que promete trazer boas oportunidades é a de softwares educacionais, especialmente se o governo conseguir implantar infra-estrutura de TI voltada para educação à distância nas escolas públicas de nível secundário.

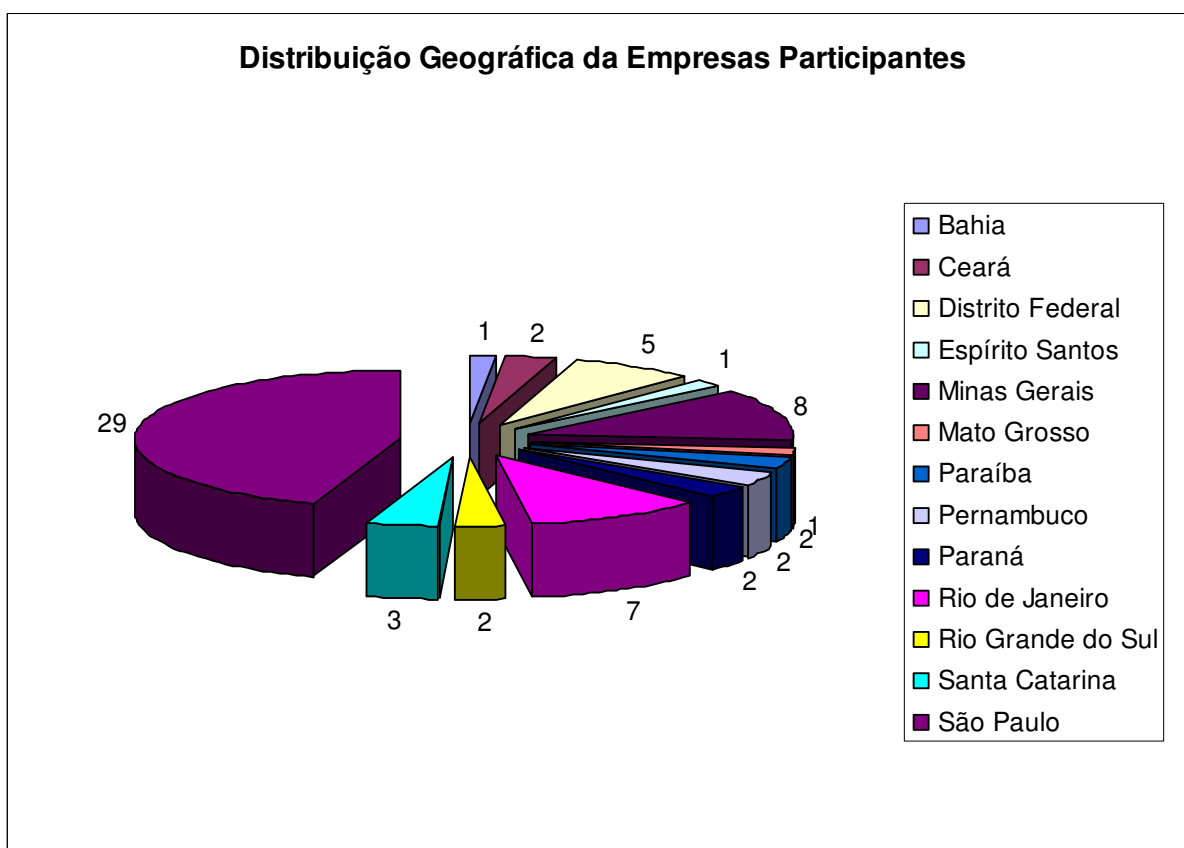
⁴ ABES – Mercado Brasileiro de Software – Panorama e Tendências 2006

O Brasil destaca-se mais nos serviços de software, ou de ITO propriamente, do que nos serviços de BPO e isto se deve tanto a uma opção de estratégia competitiva por parte dos fornecedores, quanto pelo perfil do mercado. Ainda existe um forte processo de aprendizagem por parte das empresas de TI, o que coloca em jogo a eficiência de se terceirizar serviços de BPO, pelo menos aqueles considerados de maior complexidade.

Pelo lado da oferta, o Brasil conta com 10.457⁵ empresas e 183.633⁶ empregados, havendo uma grande concentração de mão-de-obra qualificada nas grandes empresas que empregam mais de 100 pessoas. As empresas com até cinco pessoas representam 88% do total do mercado. No entanto, elas ocupam 17,1% do pessoal envolvido na atividade; pagam 6,0% da massa salarial e arrecadam 6,9% da receita.

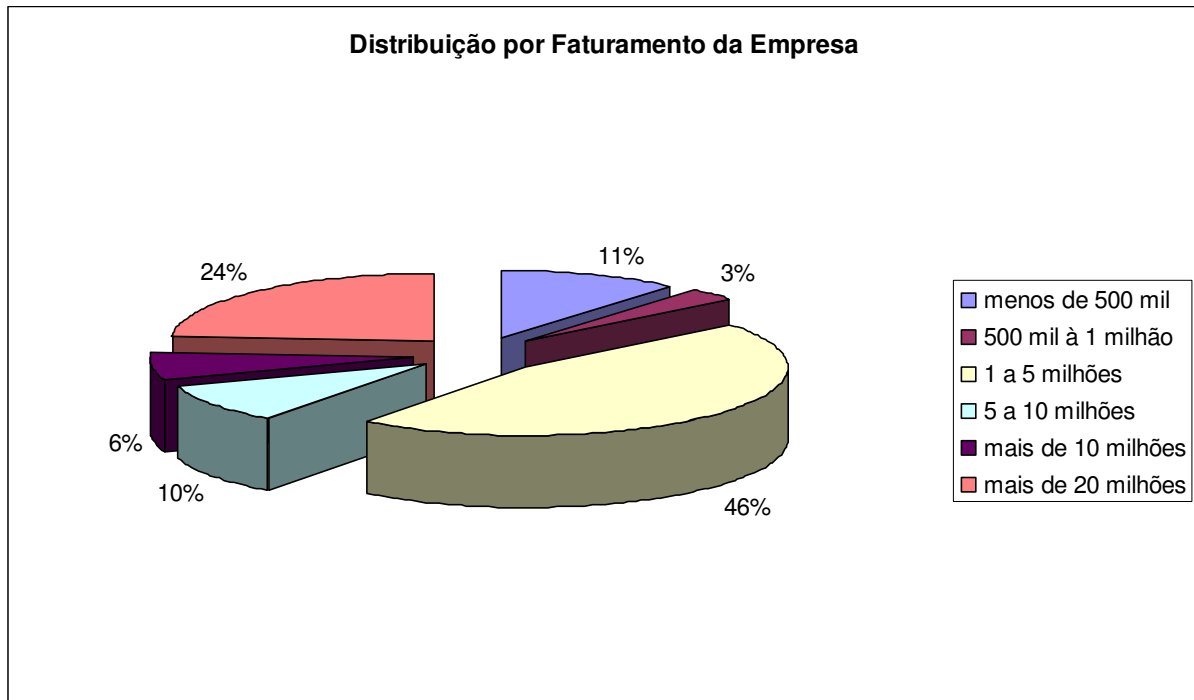
2.6.3 Caracterização das empresas participantes

As empresas participantes do projeto podem ser classificadas por estado de origem e porte, conforme segue:



⁵ PAS/IBGE 2002 – Excluindo pessoas jurídicas com 1 ou nenhum funcionário

⁶ Pesquisa Perfil da Empresa Exportadora de Software Brasileiro (SOFTEX, 2004)



2.7 Gestão do PSI-SW

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, pelas empresas e pela própria SOFTEX.

O projeto prevê os seguintes papéis:

APEX – Patrocinadora do projeto e apoiadora 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 – Agentes Softex ou parceiros que se responsabilizarão pela interface com empresas de sua região e relacionamento, são contratados pela Sociedade Softex para apoiar a condução operacional do projeto, garantindo que as empresas participem das atividades previstas e disponibilizem informações sobre as contrapartidas previstas. Os Agentes serão convidados a integrar o Comitê Gestor do projeto e, no caso de possuírem mais de 5 empresas em sua região, são convidados a assinar contrato/aditivo com a Softex de repasse de até 75% das contribuições destas empresas para:

- a) Divulgar o Projeto PSI-SW e promover a adesão de outras empresas;
- b) Atuar como interface da Sociedade SOFTEX junto às empresas de sua região;
- c) Responsabilizar-se pela condução de ações junto às empresas participantes, como:

- i) Indicar ações que possam ser desenvolvidas localmente e buscar recursos de outras fontes para seu desenvolvimento;
- ii) Apoiar as ações de contrapartida necessárias ao desenvolvimento da empresa e auxiliá-la na comprovação e Prestação de Contas;
- iii) Garantir que as empresas cumpram com suas obrigações perante o Projeto, especialmente, quanto à disponibilização das informações de resultados necessárias à consolidação dos dados do mercado do software brasileiro.

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

PBTEC – organização de missões e prospecção do mercado chinês

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

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, SOFTEX, PSVs – Portifólios de Soluções Verticais e Agentes Softex, sendo:

PSVs – Representantes das verticais (empresário ou consultor), indicado pelas empresas.

Agentes SOFTEX – Serão convidados todos os agentes.

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 na área de software.

Gestão Interna

Internamente à Softex, a gestão será feita pela gerente geral do projeto, subordinada ao coordenador geral da Softex, por gerentes de promoção de negócios e gerente de apoio operacional. Há ainda uma equipe de assistentes para apoio às gerências, que atuarão em conjunto com os parceiros e empresas participantes.

Profissionais envolvidos:

Coordenador Geral da Softex – José Antonio Antonioni – dedicação 10%

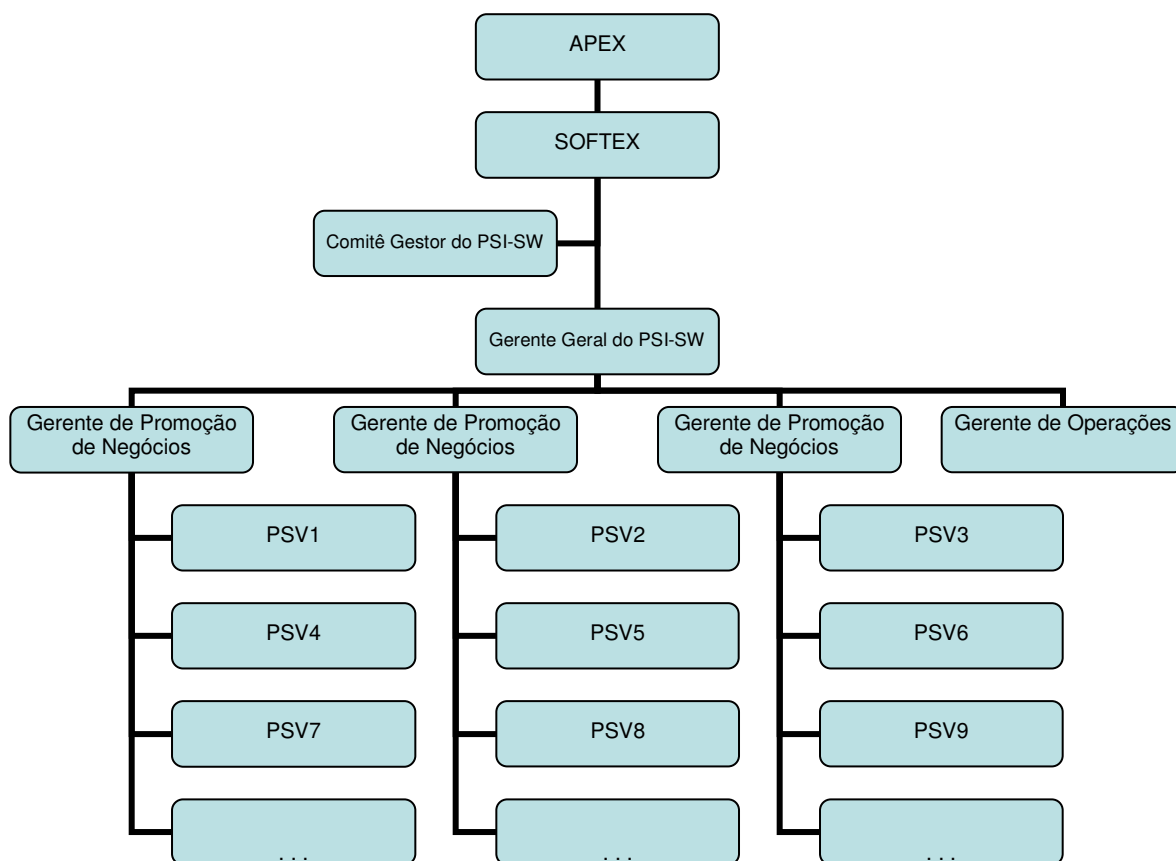
Gerente Geral do Projeto – Gláucia Critter Chiliatto – dedicação 100%

Gerente de Promoção de Negócios – G1 – Charles Schramm – dedicação 70%
Gerente de Promoção de Negócios – G2 – Austregésilo Gonçalves – dedicação 50%
Gerente de Promoção de Negócios – G3 – A ser contratado – dedicação 100%
Gerente de Apoio Operacional – A ser contratado – dedicação 100 %
Assistente de Desenvolvimento de Negócios – Pollyana Simão Silveira – dedicação 100%
Assistente de Desenvolvimento de Negócios – Cristina Haim – dedicação 50%

O número de gerentes de promoção de negócios foi ampliado para três (3). Cada gerente será responsável pela gestão das atividades de um conjunto de PSVs e do grupo de outsourcing e de games. A filosofia de gestão será modificada de forma que cada gerente de promoção de negócios seja responsável por todo conjunto de atividades programadas para os PSVs e grupos empresariais (outsourcing e games), quando for o caso, sob sua responsabilidade. Deverá, portanto, se responsabilizar pelas metas estabelecidas no projeto com relação à aglutinação de empresas nos PSV e grupos empresariais, participação destas empresas nas atividades previstas, planejamento e execução de cada atividade, seja uma feira, projeto comprador, consultoria, estudo, etc.. Os resultados em exportação de cada PSV ou grupo empresarial serão também responsabilidade dos gerentes de promoção de negócio.

Esta mudança na forma de gestão foi fruto do desenvolvimento no final do ano de 2006, do Modelo de Gestão dos PSVs e Governança do PSI SW, baseado nos conceitos do PMI – Project Management Institute, organismo internacional que atua como orientador e normatizador na área de gerenciamento de projetos, reunindo mais de duzentos mil profissionais em 125 países.

A partir de workshops realizados com os responsáveis na Softex e os coordenadores/representantes dos PSVs, bem como do resultado de pesquisa detalhada (survey) realizada com estes representantes, decidiu-se pela seguinte estrutura:



Funções dos gerentes

Gerente Geral do Projeto. Responder pela coordenação do projeto perante a APEX, pela gestão estratégica e operacional dentro da Sociedade SOFTEX, com o apoio dos profissionais relacionados abaixo

Supervisionar gerentes e consultores contratados, manter controle das ações, recursos e prazos, além de promover a articulação entre a SOFTEX e entidades, órgãos de governo e empresas, fornecedores e parceiros.

Como **Coordenador do PMO estratégico do PSI SW**, o Gerente Geral do Projeto terá as seguintes responsabilidades:

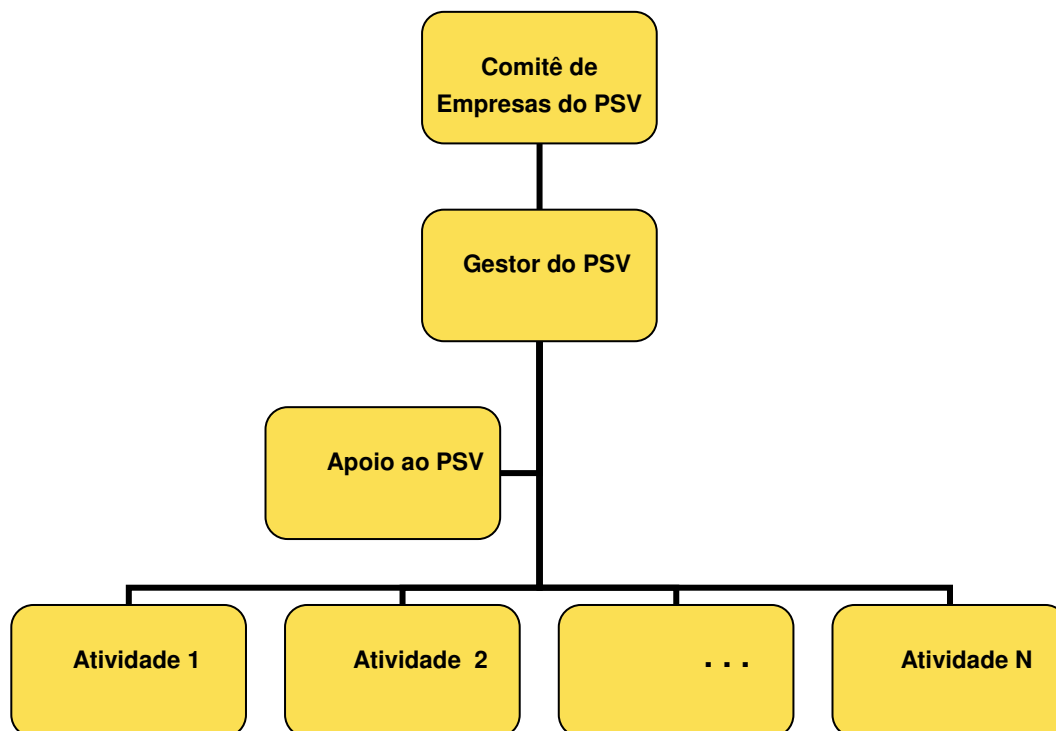
- Priorização de projetos;
- Análise e revisão de projetos estratégicos;
- Interface com as áreas negócios;
- Controle do orçamento dos projetos do PSV;
- Desenvolvimento de padrões, políticas, guias e procedimentos;
- Desenvolvimento de capacidades de gerenciamento de projetos.

Gerentes de Promoção de Negócios (3). Atuar no desenvolvimento de oportunidades de negócios para as empresas, gerenciar consultores externos, especificar e coordenar ações de promoção comercial no âmbito dos PSVs sob sua responsabilidade. Promover a articulação empresarial entre as empresas integrantes do PSI-SW, para a geração de negócios conjuntos, para que elas cumpram suas obrigações com o projeto no sentido de participar das atividades programadas, e apoiá-las na preparação para participação em eventos. Seu desempenho será medido em função dos resultados alcançados.

Gerente de Apoio Operacional. Profissional com experiência em gestão de projetos, formação administrativa-financeira, com a incumbência de estruturar e atualizar sistemas de controle e análise, preparar Termos de Referência, acompanhar contratos e licitações, realizar procedimentos para realização de pagamentos, e compor a prestação de contas, zelando para que as normas operacionais da APEX e da própria SOFTEX sejam observadas na execução das atividades.

Estas gerências terão o apoio de uma equipe de assistentes, que atuarão em conjunto com os parceiros e empresas participantes.

O foco principal do trabalho da consultoria foi a gestão dos Portifolios de Soluções Verticais - PSVs. Estes gestores (PSV Program Manager) são considerados peças chave no desenvolvimento da estratégia do PSI SW. Com base no modelo apontado pela consultoria a gestão do PSVs terá a configuração e papéis que seguem:



❖ Comitê de Empresas do PSV

➤ Composição

- Representante de cada empresa que compõe o PSV
- SOFTEX
- PSV *Program Manager* (Gestor da Vertical)

➤ Atribuição

- Decisão / resolução
- Comunicação / disseminação
- Comprometimento da organização (empresa participante)

➤ Deve ser regido por

- Estatuto
- Normas e regras
- Regulamento
- Exemplos existentes: PSV Saúde, PSV Segurança da Informação, PSV Gestão

❖ Gestor do PSV

➤ Gestor do PSV

➤ Possíveis vinculações

- Empresa prestadora de serviços especificamente contratada (consultoria). Ex.: Via Forum para o PSV Segurança da Informação
- Agente SOFTEX. Ex.: ITS para o PSV Finanças
- Associação. Ex.: ABRAGAMES para o Grupo Games

❖ Apoio ao PSV (*Program Office*)

➤ Opções de estruturação

- SOFTEX
- Estrutura empresarial contratada (empresa prestadora de serviço do Program Manager)
- Agente SOFTEX

❖ Gerente de Atividades

Opções:

- O próprio PSV *Program Manager* (realidade atual)
- Representante de empresa participante
- Consultor

Atribuições

- Condução do planejamento estratégico do PSV;
- Planejamento das ações;
- Gerência operacional do programa;
- Análise e revisão de projetos estratégicos;
- Interface com as áreas negócios;
- Controle do orçamento dos projetos do PSV;
- Coordenação dos gerentes de projetos (consultores);
- Viabilizar os benefícios do programa;
- Prestação de contas;
- Envio de informações para suporte da gestão do PSI SW.

Em conjunto com esta estrutura será criado o PMO estratégico do PSI SW, que deve ser encarado como um fórum composto por gestores dos PSVs e do PSI SW, com a função estratégica de atuar como um centro de gestão do conhecimento dos projetos dos PSVs, definir políticas e regras, provendo suporte ao gerenciamento de programas dos PSVs e validando as premissas de planejamento comuns.

Convém mencionar alguns aspectos que deverão assegurar a boa execução do projeto:

1) **Número de eventos por gerentes** – A relação número de eventos por gerente é perfeitamente adequada (ver cronograma de eventos no final do projeto).

2) **Participação dos Agentes Softex** – Os agentes Softex serão conclamados a desenvolverem competências para ancorarem o suporte a atividades de cada PSV ou grupo empresarial (outsourcing e games) a exemplo do que acontece com a PSV bancária, conduzida pelo ITS, Agente Softex de São Paulo. Além disso, os agentes Softex receberão solicitações para executarem ações constantes do plano de ação da PSV ou grupo empresarial que conduz, bem como de outras ações dos grupos de empresas do PSI SW, ações generalistas, sempre

sob supervisão direta dos gerentes de negócios. Com isto estaremos agregando significativa força de trabalho ao PSI SW.

3) **Experiência adquirida** – A Softex para a gestão do projeto 2007– 2008 conta com um legado em documentos como termos de referência de eventos, especificações de pesquisas, entre outros, desenvolvidos durante os anos de 2005 e 2006. O ganho de dispor de tal legado, em termos de tempo, é bastante considerável.

4) **Maturidade do Projeto** – A Softex, durante o ano de 2006, por vezes teve que tomar decisões com relação ao seu regimento de compras, seu regulamento de OSCIP, e outras condicionantes, que demandaram tempo, algumas vezes atrasando atividades. Tal fato não se repetirá em 2007.

5) **Utilização do SIGEOR como ferramenta de gestão** – A Softex passará a utilizar o sistema instituído pela Apex não mais apenas como instrumento de comunicação de informações sobre o andamento do projeto à APEX, mas terá papel fundamental no planejamento, controle e execução das atividades.

6) **Modelo de Governança e Gestão dos PSVs** – Conforme citado neste projeto, está em andamento a implantação de um modelo de gestão e governança, com base nos princípios e técnicas do PMI, a ser utilizado pela Softex e internamente às verticais no aperfeiçoamento de sua busca por resultados. Este trabalho irá, a partir do entendimento dos processos de trabalho e ações dos PSVs e das práticas de gestão de projetos, implantação de PMOs, construir indicadores de performance para os gestores.

7). **Apoio do MCT à contratação de gestores dos PSVs** – A Secretaria de Informática do MCT, em função da importância da organização das verticais do PSI SW para a indústria de software, ofereceu apoio a gestão das PSVs através de recursos para contratação de mão de obra de gestão. A Softex apresentou proposta para apoio financeiro a contratação de um gestor especializado por PSV, com aporte parcial de recursos pelas empresas envolvidas. Está prevista na proposta a contratação de uma consultoria especializada para seleção destes profissionais.

3. Participantes

Com o trabalho de estruturação dos Portfólios de Soluções Verticais (PSV), desenvolvido no segundo semestre de 2005, uma quantidade significativa de empresas se envolveu nos trabalhos, sendo que o quadro a seguir mostra as quantidades de empresas formalmente inscritas participando dos PSV's:

Portifólios de Soluções Verticais – PSVs	Empresas participantes
Aviação	5
Educação	5
Energia	5
Finanças	15
Gestão	9
Governo	7
Saúde	8
Segurança	6
Telecom	12
TOTAL	72

Além disso, existem dois grupos de empresas organizados conforme seus modelos de negócios.

Modelo de Negócios	Empresas Participantes
Outsourcing	08
Desenvolvedoras de Jogos Eletrônicos	10
Total	18

Observação:– Algumas empresas integram mais de um PSV, bem como alguma empresas do grupo de outsourcing também integram PSVs. No total 66 empresas aderiram ao projeto, conforme Termos de Adesão apresentados no volume anexo.

4. Objetivos e Metas do PSI–SW

4.1 Metas do PSI–SW

Apesar das empresas já estarem colhendo alguns resultados a partir das ações de 2005/2006, as metas do PSI–SW para 2007/2008 foram definidas, ainda de forma

conservadora, uma vez que os PSV's (ação que reúne a maior parte das empresas) só começaram a funcionar efetivamente em 2006, necessitando de tempo de maturação para consignar vendas (todos os PSV's estão dedicados a segmentos de negócios altamente especializados, com ciclo de vendas longos, isto é, são vendas técnicas), além da queda do dólar em relação ao real, que diminui a atratividade do mercado internacional para as empresas de serviços, e torna menos competitivos nossos serviços, dificultando as vendas para esta categoria de empresas.

META	ANO 1	ANO 2
Geração de receitas com exportação e comercialização de software e serviços correlatos	US\$ 29 milhões	US\$ 34 milhões
Geração de empregos qualificados	580	680
Número de empresas participantes	70	90

4.2 Objetivos do PSI-SW

Objetivo Geral: Apoiar a exportação de produtos e serviços de software através da abordagem do mercado externo por segmento de negócio e vertical de atuação. As empresas participantes são organizadas em grupos empresarias como games, outsourcing e Portifólios de Soluções Verticais (PSVs), para definição e execução de estratégias próprias de abordagem e inserção em mercados considerados promissores para seus produtos e serviços.

Objetivos Específicos

1. Disponibilizar informações sobre mercados alvo;
2. Promover a realização de eventos internacionais no Brasil e no exterior para geração de oportunidades de negócios;
3. Promover a articulação empresarial considerando os modelos de negocio e verticais de atuação;
4. Promover o aumento da competitividade das empresas brasileiras;
5. Inserir o Brasil como um potencial competidor no mercado internacional de software e serviços correlatos;
6. Promover a imagem do Brasil como produtor de software e serviços.

5. Caracterização de Empresas

O modelo de negócios praticado por uma empresa na comercialização de seus produtos ou serviço influencia sobremaneira as estratégias básicas para atuação no mercado. Assim, faz-se necessário classificar as empresas participantes do PSI-SW de acordo com seus modelos de negócios, conforme se segue.

5.1 Empresas produtoras de software pacote

Descrição

Empresas produtoras de pacotes de consumo de massa, apesar de aparentemente não demandar nem tempo nem um grau de confiança tão grande do comprador, pois são produtos de baixo custo e rápida utilização, demandam a figura de um ou mais intermediários de vendas de produtos de software. Estes intermediários são grandes distribuidores e/ou redes de revendas, que fazem com que o produto chegue às mãos dos compradores sem que estes sequer conheçam o produtor. Os intermediários invariavelmente são de grande porte, tem abrangência ampla, até mesmo internacional, e ficam com a maior parte (entre 70% e 90%) do valor de comercialização do produto.

Na categoria de consumo de massa existem empresas produtoras de todos os portes, com grande concentração das micro e pequenas empresas, sempre com seu foco centrado na melhoria contínua do pacote e na produção de novos pacotes para atender o mercado. Quando vendem diretamente ao usuário final, o fazem através de equipe totalmente diferenciada da equipe de desenvolvimento, normalmente caracterizando duas empresas distintas dentro da mesma empresa, uma de produção e outra de distribuição / revenda.

Desta forma, mesmo que a venda final da revenda para o consumidor não demande tanto tempo, para o produtor encontrar o distribuidor ou revenda correta e efetivar este negócio demanda algum tempo e árdua negociação.

5.1.1 Estratégias básicas de promoção

- Criação de portfólios de soluções verticais (PSV) orientados a segmentos verticais de mercado (bancos e finanças, telecomunicações, governo, segurança, saúde, E-business e gestão empresarial), preparadas por consultores especializados.
- Participação em feiras generalistas.
- Organização de eventos no exterior (rodas de negócios, missões e projetos vendedores) com a participação das representações diplomáticas brasileiras no exterior, compostos de seminário para divulgação das soluções brasileiras de destaque e para a realização de encontros de negócios entre empresas brasileiras e potenciais parceiros internacionais.
- Organização de eventos no Brasil (rodas de negócios – Projetos Imagem e Compradores), atraindo jornalistas, formadores de opinião, ou compradores,

representantes comerciais, distribuidores, e integradores potenciais para que mantenham reuniões com os empresários brasileiros.

- Monitoramento de oportunidades e promoção de negócios: atividade realizada pela equipe técnica do projeto, localizada no Brasil, de forma a identificar oportunidades de negócios em países estrangeiros e articular o aproveitamento destas oportunidades pelas empresas brasileiras, constituindo-se em verdadeira 'central de negócios' para as empresas participantes; será o meio de geração de negócios no caso da atuação do PSI-SW em países cujo foco para o projeto é secundário.

5.2 Empresas produtoras de software semi-customizado

Descrição

São empresas que dispõem de uma solução específica, previamente desenvolvida, direcionada a um segmento ou nicho de mercado também específicos. Normalmente, praticam modelo de negócios que consiste de vender ao cliente, via de regra cooperativo, um número definido de cópias, e prestar serviços agregados de customização, instalação, suporte, treinamento, e manutenção evolutiva ou corretiva.

Incluem-se nesse rol as empresas produtoras de pacotes específicos de alto valor de comercialização, normalmente destinados a áreas como administração e gerência de grandes empresas, telecomunicações, automação industrial, automação bancária e financeira, administração pública, etc, e que invariavelmente agregam serviços adicionais ao software pacote, visando atender aos anseios do cliente.

A maior parte das empresas brasileiras se encontra nessa categoria, conforme demonstrou a Pesquisa Softex/MIT. Tais empresas, quando começam a empreender ações no mercado externo, normalmente já possuem uma carteira de clientes de bom porte e estável no país, que quando envolve multinacionais, torna-se um importante elemento de "marketing" na comercialização no exterior.

A comercialização nestes casos, apesar de sempre necessitar do contato direto entre o vendedor e o comprador, costuma envolver uma figura intermediária, um tipo de "Parceiro Comercial", que deve ter competência e conhecimento técnico compatíveis com o da empresa vendedora, pois a eles, muitas vezes, caberá o papel de montar, adaptar e efetivamente colocar em funcionamento o objeto da venda.

5.2.1 Estratégias Básicas de Promoção:

- Criação de Portifólios de Soluções Verticais (PSV) produtos orientados a segmentos verticais (telecomunicações, bancos, segurança de dados, automação em geral, governo eletrônico, e outros). Assim, o consultor contratado ou o parceiro comercial das empresas, ao visitar um potencial cliente, promove um conjunto de soluções, maximizando a chance de venda.
- Monitoramento de oportunidades e promoção de negócios: atividade realizada pela equipe técnica do projeto, localizada no Brasil, de forma a identificar oportunidades

de negócios em países estrangeiros e articular o aproveitamento destas oportunidades pelas empresas brasileiras, constituindo-se em verdadeira 'central de negócios' para as empresas participantes; será o meio de geração de negócios no caso da atuação do PSI-SW em países cujo foco para o projeto é secundário.

- Participação em feiras voltadas a segmentos verticais (telecomunicações, bancos, segurança lógica, utilidades, governo, e outros).
- Participação em feiras generalistas. Existe um grupo de empresas com software semi-empacotado de uso horizontal. Nesse sentido, o mais adequado é a empresa participar de eventos generalistas.
- Organização de eventos no exterior (rodas de negócios, Projetos Vendedores) com a participação das representações diplomáticas brasileiras no exterior, compostos de seminário para divulgação das soluções brasileiras de destaque e para a realização de encontros de negócios entre empresas brasileiras e potenciais parceiros internacionais.
- Organização de eventos no Brasil (rodas de negócios – “Projeto Comprador”), atraindo compradores, representantes comerciais, distribuidores, e integradores potenciais para que mantenham reuniões com os empresários brasileiros.
- Organização no Brasil de eventos (visitas personalizadas, seminários e workshops) com representantes de multinacionais instaladas no País.
- Elaboração de hot site dedicado a cada vertical.
- Prospecção de mercado e geração de leads para empresas nos principais mercados alvo.

5.3 Empresas prestadoras de serviços de desenvolvimento de software sob encomenda e outros serviços de TI (*offshore outsourcing*).

Descrição

Nesta categoria, encontram-se as empresas que prestam serviços de software e de Tecnologia da Informação para clientes específicos e a pedido destes. O tipo de serviço prestado é bastante amplo: desenvolvimento de sistemas sob encomenda, manutenção evolutiva e corretiva de sistemas, sejam desenvolvidos pela própria empresa contratada para a manutenção ou por outras empresas (os chamados sistemas 'legados'), consultoria em TI, instalação e customização (adequação ao cliente) de pacotes complexos de gestão empresarial, testes e 'debugging' (tirar defeitos), entre outros. Normalmente, são empresas de grande porte, já consolidadas no mercado nacional, e têm uma especialização definida, em função dos clientes que atendem (bancos, empresas de telecomunicações).

Ou seja, embora sejam empresas de prestação de serviços sob encomenda, também desenvolvem especialização em função do segmento em que têm atuado com mais frequência. Tal fato confere às empresas brasileiras que operam sob esse modelo de

negócios uma vantagem competitiva em relação às concorrentes internacionais, pois absorveram, de maneiras muito significativa, o conhecimento das regras de negócios dos clientes, se capacitando para, em contato com clientes estrangeiros, sugerirem melhoras práticas e no uso da TI nos negócios levando-se em consideração, inclusive, as sugestões das organizações parceiras.

5.3.1 Estratégias Básicas de Promoção:

- Atendimento a RFPs (*Request For Proposal*). Companhias internacionais costumam contratar o fornecimento de serviços de Tecnologia da Informação através de um documento chamado RFP, que especifica suas necessidades aos potenciais contratados. A empresa contratada é escolhida de acordo com a melhor resposta a RFP.
- Diferenciação das empresas participantes em segmentos de atuação. A princípio, os segmentos de offshore development (desenvolvimento sob encomenda), instalação, customização e suporte de grandes pacotes de software (exemplo: SAP), e de consultoria e integração de sistemas (system integration) serão objeto de foco do projeto.
- Participação em eventos no exterior específicos para *offshore outsourcing* (Costas Leste e Oeste dos EUA).
- Organização de missões comerciais específicas para *offshore outsourcing*.
- Contratação de consultorias especializadas em *offshore outsourcing* no mercado principal: EUA (Costa Leste e Costa Oeste).
- Monitoramento de oportunidades e promoção de negócios: atividade realizada pela equipe técnica do projeto, localizada no Brasil, de forma a identificar oportunidades de negócios em países estrangeiros e articular o aproveitamento destas oportunidades pelas empresas brasileiras, constituindo-se em verdadeira 'central de negócios' para as empresas participantes; será o meio de geração de negócios no caso da atuação do PSI em países cujo foco para o projeto é secundário.

5.4 Software comercializado por download e no modelo modelo ASP

Nesta categoria, relativamente nova, encontram-se as empresas que atuam vendendo software – venda por download – ou prestando serviço de forma remota – modelo ASP – pela Internet.

O modelo de negócios de venda por download se assemelha à venda de pacotes, com a exceção de que não há estrutura física de distribuição de produtos, que é substituída pela Internet. Caracteriza-se, normalmente, por pequenas empresas, que desenvolvem software de alta pericibilidade, por exemplo, jogos para telefone celular, nicho extremamente atraente para pequenas empresas brasileiras que desenvolveram competência na área.

Muitas vezes, o cliente paga após o uso, em sistema similar à consignação: ou seja, o cliente ' baixa' e utiliza o software e paga em conta telefônica, e a empresa de telefonia para o desenvolvedor brasileiro.

O modelo de negócios ASP caracteriza por 'hospedar' um software em um servidor de Internet e permitir que os clientes usem este software pela Internet pagando valor mensal. As principais aplicações nesta categoria são de softwares para gestão empresarial e software profissionais. Normalmente a categoria também é integrada por pequenas empresas com grande competência técnica.

5.4.1 Estratégias Básicas de Promoção

- Criação de sites para promoção e para download de produtos.
- Estabelecimento de entendimentos com as grandes empresas de telefonia celular mundial para avaliação de produtos e venda aos clientes.
- Estabelecimento de entendimentos com as empresas produtoras de telefones celular com operações no Brasil para colocar software embarcado nos telefones celulares exportados pelo Brasil.
- Estabelecimento de infra-estrutura de hospedagem de softwares no estrangeiro e de cobrança
- Apoio ao marketing das empresas.

6. Segmentação do Mercado

Em função dos trabalhos iniciados pelas PSV's e das demandas específicas das empresas foram redefinidos os mercados prioritários, conforme abaixo:

6.1 Empresas prestadoras de serviços de desenvolvimento de software sob encomenda e outros serviços de TI (*offshore outsourcing*)

Mercado geográfico

As empresas prestadoras de serviços de desenvolvimento sob encomenda e de outros serviços concentrarão seus esforços, no âmbito do PSI-SW, nos Estados Unidos da América.

6.2 Empresas produtoras de software semi-customizado

Mercado geográfico

O trabalho de montagem dos PSV's definiu mercados prioritários para cada PSV. No entanto, a partir do primeiro ano de ações efetivas, alguns países foram referendados como mercados prioritários para cada vertical. Para fins deste planejamento foram adotados os seguintes critérios:

a) não mais que 4 países por ano (com exceção do PSV Aviação); **b)** ter sido iniciada alguma ação com perspectiva de continuidade em 2005 ou 2006; **c)** priorizar países considerados 'porta de entrada' para regiões; **d)** competitividade das empresas nacionais vis a vis a demanda existente no país alvo; **e)** aspectos operacionais, como distância, cultura de negócios.

Percebe-se que o foco das empresas, em termos de mercados alvo, iniciou com uma abrangência grande, explicada por uma fase inicial de prospecção e está afunilando a partir do potencial identificado com as ações efetivadas no período do primeiro projeto.

Portanto, cada PSV definiu os mercados alvo, eventualmente incluindo mais um país no segundo ano do projeto. Convém mencionar que o fato de um determinado país ter sido elencado como prioritário por um determinado PSV, não significa que deverão estar programadas, no plano de trabalho da PSV, ações específicas para aquele mercado. Isto é, clientes em potencial de um determinado mercado alvo poderão ser atingidos por ações realizadas em outros países.

A partir desta análise, foi montado o quadro a seguir, relacionando mercados prioritários e verticais.

Mercado	Aviação	Finanças	Games	Educação	Energia Elétrica	Gestão	Governo	Saúde	Segurança Inform.	Telecomunicações
Africa do Sul	XX						XX			
Alemanha		XX	XX	XX						
Angola	XX									
Argentina					XX					
Chile	XX				XX			XX		
Colômbia								XX		
Congo	XX									
Costa Rica	XX									
Espanha				XX						
Estados Unidos		XX	XX	XX		XX			XX	XX
França			XX							
Inglaterra			XX	XX						
México		XX			XX			XX	XX	
Nigéria	XX									
Uruguai	XX									
Venezuela	XX	XX			XX					

6.3 Software comercializado por download e no modelo ASP

Mercado geográfico

Para as empresas de venda software por download, em especial jogos, Estados Unidos, Alemanha, Inglaterra e França são considerados os principais mercados.

6.4 Empresas produtoras de software pacote

A adesão de empresas produtoras de software pacote ao PSI SW tem sido muito baixa, não justificando a designação de estratégias e de um plano de ação específico para este tipo de empresa. Desta forma, as eventuais empresas produtoras de software pacote que fizerem a adesão deverão considerar a participação nos eventos generalistas ou em evento programados pelos PSV's.

7. Operações do Projeto

O Projeto pressupõe a execução de um conjunto de ações, agrupadas por linhas de atuação aqui denominadas operações, conforme descrição abaixo. O detalhamento das ações é encontrado no final do item 7.

7.1 Operação: Inteligência Comercial

Descrição

Planejamento e execução de atividades de inteligência comercial internacional, através da realização de estudos e pesquisas, visando obter e disponibilizar um conjunto de informações de interesse da indústria brasileira desenvolvedora de software e serviços correlatos.

Ações

7.1.1 Estudo e pesquisa de novos mercados

7.1.2 Pesquisa sobre as exportações de software brasileiro – 2007/2008

7.2 Operação: Promoção Comercial

Descrição

São atividades que visam promover a imagem do Brasil como produtor de software e serviços correlatos de qualidade, promover os produtos e serviços das empresas participantes do PSI-SW e auxiliá-las nas atividades de comercialização no exterior.

As atividades de promoção comercial são definidas de forma a beneficiar indistintamente todas as empresas participantes ou de forma a considerar o tipo de solução que a empresa comercializa (software pacote, software semi-customizado e serviços sob encomenda).

Ações

7.2.1 Promoção Comercial do PSV Aviação

7.2.2 Promoção Comercial do PSV Bancos / Finanças

7.2.3 Promoção Comercial do PSV Educação

7.2.4 Promoção Comercial do PSV Energia Elétrica

7.2.5 Promoção Comercial do PSV Gestão Empresarial

7.2.6 Promoção Comercial do PSV Governo Eletrônico

7.2.7 Promoção Comercial do PSV Saúde

- 7.2.8 Promoção Comercial do PSV Aviação
- 7.2.9 Promoção Comercial do PSV Bancos / Finanças
- 7.2.10 Promoção Comercial do PSV Educação
- 7.2.11 Promoção Comercial do PSV Energia Elétrica
- 7.2.12 Promoção Comercial do PSV Gestão Empresarial
- 7.2.13 Promoção Comercial do PSV Governo Eletrônico
- 7.2.14 Promoção Comercial do PSV Saúde
- 7.2.15 Promoção Comercial do PSV Segurança da Informação
- 7.2.16 Promoção Comercial do PSV Telecomunicações
- 7.2.17 Promoção Comercial do Grupo Empresarial de Games
- 7.2.18 Promoção Comercial do Grupo Empresarial de Outsourcing
- 7.2.19 Feiras/ Missões Multisetoriais organizadas pela APEX
- 7.2.20 Participar da IT Expo
- 7.2.21 Organizar Missão internacional ao Japão à Feira CEATEC
- 7.2.22 Organizar Missão Internacional à China
- 7.2.23 Organizar o Brazilian Software and Services Companies Network Meetings
- 7.2.24 Apoiar exportações de Micro e Pequenas Empresas da Paraíba atuantes no setor de Tecnologias da Informação e Comunicação TIC – Projeto PBTech
- 7.2.25 Organizar a Feira SIMO
- 7.2.26 Organizar o Projeto Comprador RIOINFO
- 7.2.27 Organizar novos Portfólios de Soluções Verticais – PSV´s
- 7.2.28 Participar da Feira Internacional Cebit

7.3 Operação: Capacitação

Descrição

São todas as ações realizadas pela Softex e pelas empresas participantes para aumentar sua competitividade, como exemplo treinamento em novas tecnologias, implantação de sistemas da qualidade – CMMI (*Capability Maturity Model Integration*), MPS-Br (Melhoria de processo do software brasileiro), ISO (International Standardization Organization), PMI (Project *Management Institute*), entre outros, treinamento e capacitação em gestão, marketing e finanças. A Softex possui projetos estruturantes para suportar este apoio às empresas, bem como realiza ações de capacitação, principalmente através de seus Agentes credenciados.

Ações

- 7.3.1 Capacitação em atendimento à RFP
- 7.3.2 Capacitação em novas tecnologias
- 7.3.3. Implantação de sistemas da qualidade no padrão CMMI e ISSO
- 7.3.4 Melhoria de processo do software brasileiro – Programa MPS–Br
- 7.3.5 Internacionalização e localização
- 7.3.6 Capacitação dos Agentes SOFTEX para apoio ao PSI SW
- 7.3.7 Capacitação á distancia em melhoria de qualidade de software

7.4 Operação: Atividades Diversas

Outras atividades relacionadas com a função exportadora.

Ações

- 7.4.1 Elaboração do plano de negócios de empresa comercial exportadora de software e serviços correlatos
- 7.4.2 Desenvolvimento do site do PSI SW

7.5 Operação: GESTÃO

Ação

- 7.5.1 Gestão do PSI–SW

Detalhamento das ações

OPERAÇÃO 7.1 - INTELIGÊNCIA COMERCIAL

AÇÃO 7.1.1 - Estudo e pesquisa de novos mercados

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Prover recursos para 2 (dois) estudos de novos mercados considerados promissores, quais sejam África do Sul e Oriente Médio. A seleção destes mercados foi em função de informações sobre oportunidades em nichos com maior potencial de sucesso para as empresas brasileiras de TI.

Metas

1. Formatação e definição do escopo da pesquisa
2. Contratação de consultoria para realização da pesquisa
3. Realização da pesquisa
4. Impressão e divulgação dos 2 estudos de mercado

Resultados

Informações sobre oportunidades em novos mercados a serem utilizadas por empresas brasileiras.

Marcos Críticos

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

OPERAÇÃO 7.1 - INTELIGÊNCIA COMERCIAL

AÇÃO 7.1.2 - Pesquisa sobre as exportações de software brasileiro - 2007/2008

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Realizar 2 (dois) estudos (2007 e 2008) a fim de dimensionar o volume total das exportações brasileiras de software. Referidos estudos buscam superar as atuais dificuldades de mensuração, tendo em vista a ausência de controles e acompanhamentos formais no sistema de exportação de serviços brasileiros.

Objetivos da ação

Prover informações sobre o setor e ao setor dos volumes e características da exportação de software permitindo aos envolvidos, seja no setor público ou privado, a elaboração de melhores estratégias para maximizar as potencialidades do setor, assim como identificar eventuais caminhos alternativos para a soluções de gargalos identificados pelo resultado final da pesquisa em questão.

Metodologia

1. Formatação e definição do escopo da pesquisa
2. Contratação de consultoria para realização da pesquisa
3. Realização da pesquisa
4. Impressão e divulgação dos resultados

Resultados

Relatório descrevendo o perfil da exportação do software brasileiro, bem como dados numéricos e estatísticos sobre volume, destino, perfil dos compradores entre outros diversos dados esperados.

Marcos Críticos

Escopo da pesquisa definido, Consultoria contratada e Relatório final aprovado.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.1 – Promoção Comercial do PSV Aviação

O PSV Aviação foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Para 2007/2008 foi solicitado às empresas que revisassem sua estratégia e indicassem as atividades a serem executadas

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Aviação

Descrição da ação

Apoiar as empresas do PSV Aviação, cujo foco é prover software para empresas low cost low fare em implantação, através da participação nas feiras Aviation Summit, World Low Cost Airline Congress e African Airports, compra do banco de dados de empresas de aviação AIRCLAIMS, Filiação à IATA.

Metas

5 empresas participantes em cada feira

150 leads gerados

Mercados-Alvo

2007 – Chile, México, Uruguai, Costa Rica, Africa do Sul, Angola, Congo, Nigéria

2008 – Idem

Justificativa: O mercado de software para aviação tem como usuário final almejado empresas aéreas, no caso da PSV Aviação empresas low cost low fare. O número de companhias aéreas existentes em cada país é muito pequeno. Na maioria dos casos apenas uma empresa. Assim para este PSV deve-se admitir um número maior de países alvo, como forma de ampliar o número de potenciais clientes. Além disso este número de países alvo não se traduzirá em um esforço maior de promoção, pois as feiras dedicadas ao setor ocorrem em um número restrito de países, normalmente em países centrais.

Resultados

Expectativa de vendas no valor de US\$ 1 milhão em 2007 e US\$ 2 milhões em 2008.

20 empregos gerados em 2007 e 40 em 2008.

1 empresa exportadora incorporada à PSV por ano.

Marcos Críticos

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

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.2. – Promoção Comercial do PSV Bancos/Finanças

O PSV Bancos/Finanças foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Para 2007/2008 foi solicitado às empresas que revisassem sua estratégia e indicassem as atividades.

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Bancos/Finanças

Descrição da ação

Apoiar as empresas do PSV Bancos/Finanças através da participação em Projeto Comprador CIAB, na feira Gartner Financial, no Projeto Vendedor México e na realização de Consultoria de Estudo de Mercado (EUA). Ressalte-se que os custos da participação no Projeto Vendedor México que será realizado em conjunto com o PSV Saúde está incluído no orçamento deste último PSV.

Metas

5 empresas participantes em cada feira e 15 no projeto comprador

100 leads gerados

Mercados Alvo

Estados Unidos, México, Alemanha (Europa)

Resultados

Produção de leads e vendas no valor de US\$ 2 milhões em 2007 e US\$ 4 milhões em 2008.

40 empregos gerados em 2007 e 80 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas à PSV por ano.

Marcos Críticos

Para Feiras: 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.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.3 – Promoção Comercial do PSV Educação

O PSV Educação foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Para 2007/2008 foi solicitado às empresas que revisassem sua estratégia e indicassem as atividades.

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Educação

Descrição da ação

Apoiar as empresas do PSV Educação através da participação nas Feiras, T+L, NECC (EUA), BETT em Londres, no Projeto Comprador e na realização de Consultoria Europa e Consultoria Internacional nos Estados Unidos.

Mercados Alvo

2007 – Estados Unidos, Alemanha, Espanha e Inglaterra

2008 – Estados Unidos, Alemanha, Espanha, Inglaterra

Metas

5 empresas participantes em cada feira e 10 no comprador

200 leads gerados

Resultados

Produção de leads e vendas no valor de US\$ 1 milhão em 2007e US\$ 2 milhões em 2008.

20 empregos gerados em 2007 e 40 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas à PSV por ano.

Marcos Críticos

Para Feiras: 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.

Consultoria: Escopo do trabalho definido, consultoria contratada e relatório concluído.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.4 – Promoção Comercial do PSV Energia Elétrica

O PSV Energia foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Para 2007/2008 foi solicitado às empresas que revisassem sua estratégia e indicassem as atividades.

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Energia

Descrição da ação

Apoiar as empresas do PSV Energia Elétrica através da participação na Feira Distributech e no Projeto Vendedor México, no Projeto Comprador SENDI, na contratação e realização de Consultoria de Estudo de Mercado e Revalidação do Portifólio de Soluções.

Mercados Alvo

2007 – México

2008 – México, Venezuela, Argentina, Chile

Metas

5 empresas participantes em cada evento e 8 no projeto comprador

50 leads gerados

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 1 milhão em 2007 e US\$ 2 milhões em 2008.

20 empregos gerados em 2007 e 40 em 2008.

1 empresa exportadora incorporada à PSV por ano.

Marcos Críticos

Para Feiras: 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.

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

Para projeto vendedor: Consultor contratado, evento organizado, convidados confirmados, evento realizado e relatório concluído.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.5 – Promoção Comercial do PSV Gestão Empresarial

O PSV Gestão foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Durante este ano foi realizada uma pesquisa de mercado nos Estados Unidos, que indicou que a estratégia da vertical deve ser focada em “canais” e que o alvo deverá ser empresas do segmento de varejo. Para 2007/2008 foi revisada a estratégia e foram indicadas as atividades abaixo que corroboram com a estratégia definida.

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Gestão Empresarial

Descrição da ação

Apoiar as empresas do PSV Educação através da participação nas Feiras IT Channel Fall e NRF Convention – USA, no Projeto Vendedor New York e na realização de Estudo de Mercado – Canais.

Mercados Alvo

2007 – Estados Unidos

2008 – Estados Unidos

Metas

5 empresas participantes em cada evento

100 leads gerados

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 1 milhão em 2007 e US\$ 2 milhões em 2008.

20 empregos gerados em 2007 e 40 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas à PSV por ano.

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.

Para projeto vendedor: Consultor contratado, evento organizado, convidados confirmados, evento realizado e relatório concluído.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.6 – Promoção Comercial do PSV Governo Eletrônico

O PSV Governo Eletrônico foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Para 2007/2008 foi solicitado às empresas que revisassem sua estratégia e indicassem as atividades.

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Governo Eletrônico

Descrição da ação

Apoiar as empresas do PSV Governo Eletrônico na contratação de Consultor para estruturação de propostas de atendimento a RFP's, na assinatura do "Development Business Institute Guide" e no Projeto comprador ONU e Africa do Sul.

Mercados Alvo

Atuar focando nas compras das agências da ONU e Africa do Sul

Metas

10 empresas participantes em cada evento

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 2 milhões em 2007 e US\$ 3 milhões em 2008.

40 empregos gerados em 2007 e 60 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas à PSV por ano.

Marcos Críticos

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

Consultoria: Escopo do trabalho definido, consultoria contratada e relatório concluído.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.7 – Promoção Comercial do PSV Saúde

O PSV Saúde foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Para 2007/2008 foi solicitado às empresas que revisassem sua estratégia e indicassem as atividades.

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Saúde

Descrição da ação

Apoiar as empresas do PSV Saúde nos Projetos vendedores no México e Colômbia, no Projeto Comprador em 2008, na Missão Chile, na continuidade ao Projeto IT Trader e na elaboração do Estudo de mercado no Texas.

Mercados Alvo

2007 – México, Chile e Colômbia

2008 – México, Chile, Colômbia e Texas (EUA)

Metas

Participação de 5 empresas em evento e 10 no projeto comprador

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 1,2 milhão em 2007 e US\$ 1,5 milhão em 2008.

24 empregos gerados em 2007 e 30 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas à PSV por ano.

Marcos Críticos

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

Para projeto vendedor: Consultor contratado, evento organizado, convidados confirmados, evento realizado e relatório concluído. Para estudos: Escopo dos estudos definidos, Consultorias contratadas e Relatório final aprovado.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.8 – Promoção Comercial do PSV Segurança da Informação – BRASSEC

O PSV Segurança foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Para 2007/2008 foi solicitado às empresas que revisassem sua estratégia e indicassem as atividades.

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Segurança da informação

Descrição da ação

Apoiar as empresas do PSV Segurança da informação através da participação nas feiras Infosecurity New York, Gartner Security Summit Washington e RSA San Francisco e no Vendedor México em conjunto com as das PSVs Saúde e Finanças.

Mercados Alvo

2007 – Estados Unidos e México.

2008 – Idem

Metas

5 empresas participantes em cada evento

200 leads gerados

2 press releases distribuídos por feira

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 2 milhões em 2007 e US\$ 3 milhões em 2008.

40 empregos gerados em 2007 e 60 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas à PSV por ano.

Marcos Críticos

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

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.9 – Promoção Comercial do PSV Telecomunicações

O PSV Telecomunicações foi estruturado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006. Para 2007/2008 o PSV terá sua atuação focada nos “*master contractors*”, ou seja, buscando uma maior visibilidade e acesso nos grandes grupos americanos que influenciam as compras das empresas de telecomunicações da América Latina. Em função disso a promoção comercial será focada nos EUA (sede dos contratadores), embora o local de implantação seja frequentemente a América Latina.

Empresas-alvo

Empresas integrantes do PSV Telecomunicações

Descrição da ação

Propiciar às empresas integrantes do PSV Telecomunicações oportunidades de identificação e desenvolvimento de parceiros de negócio (canais e clientes finais) nos EUA através das feiras Chanel Partners, para a identificação de canais, e NXT Comm, para a identificação de clientes com o apoio dos canais e do Projeto Comprador FutureCom.

Mercados Alvo

2007 – Estados Unidos

2008 – Estados Unidos

Metas

5 empresas participantes em cada feira e 10 no projeto comprador

100 leads gerados

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 2 milhões em 2007 e US\$ 3 milhões em 2008.

40 empregos gerados em 2007 e 60 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas à PSV por ano.

Marcos Críticos

Para Feiras: 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.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.10 – Promoção Comercial do Grupo Empresarial de Games

O Grupo Empresarial Games foi incorporado em finais de 2005, sendo que as atividades de promoção se iniciaram em 2006.

Empresas-alvo

Empresas de Games

Descrição da ação

Propiciar às empresas integrantes do PSV Games a participação nas feiras Game Connection Leipzig e Lyon em 2007 e 2008, bem como à Missão Inglaterra e França 2008, que visa dar continuidade nos contatos feitos nas feiras, estratégia que se revelou bem-sucedida nas experiências do ano passado.

Mercados Alvo

2007 – Estados Unidos, Alemanha, Inglaterra e França

2008 – Estados Unidos, Alemanha, Inglaterra e França

Metas

5 empresas participantes em cada feira e pelo menos 4 na missão

200 leads gerados

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 0,5 milhão em 2007 e US\$ 1 milhão em 2008.

10 empregos gerados em 2007 e 20 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas ao grupo empresarial por ano.

Marcos Críticos

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

Para Missão: Missão organizada, Empresas participantes confirmadas e Relatório de resultados concluídos.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.11 – Promoção Comercial do Grupo Empresarial de Outsourcing

As empresas de serviços se reuniram em 2006 definindo dois tipos de estratégia de atuação:

Estratégia 1

Foco em oportunidades e nichos (sistemas legados, SAP, etc):

- Realização de estudo para identificação de oportunidades ou nichos
- Definição de uma estratégia de atuação no nicho identificado
- Contratação de consultoria para abertura de mercado ou desenvolvimento de canais.

Estratégia 2

Participação em eventos de promoção comercial junto aos mercados alvo.

Empresas-alvo

Empresas de serviços

Descrição da ação

Propiciar às empresas integrantes do PSV de Outsourcing a participação nas Feiras Gartner Outsourcing e na realização de Estudo de mercado.

Mercados Alvo

2007 – Estados Unidos

2008 – Estados Unidos

Metas

5 empresas participantes em cada feira

100 leads gerados

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 1 milhão em 2007 e US\$ 2 milhões em 2008.

20 empregos gerados em 2007 e 40 em 2008.

1 empresa exportadora incorporada à PSV por ano.

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.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.12 – Feiras/Missões Multisetoriais organizadas pela APEX

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW que tenham como alvo os mercados focados na Feira/ Missão.

Descrição da ação

Participar de 2 missões multisetoriais programadas pela APEX para 2007 e 2008, nos países de interesse das empresas ou PSVs do PSI SW, gerando contatos, realizando prospecções comerciais e estabelecendo redes de relacionamento (associações, governo, clientes, consultores, etc) nos países alvo. A partir da participação na missão prospectiva, buscaremos identificar os mercados de maior interesse para as empresas do PSI SW.

Metas

5 empresas participantes em cada feira

100 leads gerados

Identificar potenciais parcerias, estabelecer contatos preliminares, manter reuniões de trabalho, realizar apresentações sobre o Brazilian Software and Services, divulgar oportunidades para empresas brasileiras e acompanhar relacionamentos gerados.

Resultados

Conhecimento inicial sobre oportunidades nos mercados dos países alvo.

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 1 milhão em 2007 e US\$ 1 milhão em 2008.

20 empregos gerados em 2007 e 20 em 2008.

Marcos Críticos

Para Missão: Missão organizada, Empresas participantes confirmadas e Relatório de resultados concluídos.

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

OPERAÇÃO 7.2 - PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.13 - Participar da IT EXPO

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Oportunizar a participação de empresas brasileiras no maior evento Gartner realizado nos Estados Unidos, dando continuidade à presença brasileira neste mercado.

Metas

3 empresas participantes

100 leads gerados

Resultados

Promover a imagem da indústria brasileira de software e serviços.

Difundir a marca Brazil IT.

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 0,5 milhão em 2007 e US\$ 1 milhão em 2008.

Marcos Críticos

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

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.14 – Missão internacional ao Japão à Feira CEATEC

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Organizar missão levando empresas brasileiras ao Japão para participar da feira, rodas de negócio e seminário a partir de estudos prospectivos realizados em 2006. O Japão oferece grandes perspectivas para as empresas brasileiras de software, em especial para empresas de serviços, com casos de sucesso e potencial de crescimento. Vemos necessidade de se dar continuidade a ação de inserção de nossas empresas no mercado japonês.

Objetivos da ação

Geração de negócios no mercado japonês, dando continuidade aos contatos existentes com a JETRO e Secom, possibilitando a empresas uma visão das principais demandas e modos específicos de negociação deste mercado.

Metodologia

- Realização de encontros de negócio entre empresas brasileiras de TI e empresas japonesas, por ocasião da feira, objetivando identificar potenciais parceiros técnicos, comerciais e institucionais, clientes, distribuidores, investidores, etc.
- Realização do Seminário How to Export Software to Japan Market, que abordará aspectos importantes do mercado japonês.

Resultados

Participação de 7 empresas e realização de 20 encontros de negócios em 2007 e 2008.

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 1 milhão em 2007 e US\$ 1 milhão em 2008.

20 empregos gerados em 2007 e 20 em 2008

Marcos Críticos

Missão organizada, Empresas participantes confirmadas e Relatório de resultados concluídos.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.15 – Missão internacional à China

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Organizar a participação de empresas brasileiras de Tecnologia da Informação em uma missão prospectiva anual à China. A missão envolverá rodas de negócios e terá data de realização visando coincidir com eventos locais de interesse. As rodas orientadas para o mercado chinês deverão abranger diferentes segmentos de TI.

Objetivos da ação

Geração de negócios no mercado chinês.

Metodologia

- Levantamento de informações sobre o produto/empresa, viabilizando definição do potencial do produto para o mercado da China.
- Levantamento básico sobre o mercado alvo e identificação de potenciais parceiros e fontes de distribuição.
- Realização de encontros de negócios entre empresas brasileiras e chinesas.

Resultados

Preparação de empresas para o mercado chinês.

Participação de 3 empresas nas Rodas de Negócios.

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 0,5 milhão em 2007 e US\$ 0,5 milhão em 2008.

10 empregos gerados em 2007 e 10 em 2008.

Marcos Críticos

Missão organizada, Empresas participantes confirmadas e Relatório de resultados concluídos.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.16 – Organizar o Brazilian Software and Services Companies Network Meetings

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Criar rede de relacionamento de empresas brasileiras de software e serviços na costa leste e oeste dos Estados Unidos, Japão e Europa, envolvendo a comunidade local, com o apoio das embaixadas brasileiras (Secom), agências do Banco do Brasil nessa localidade.

Pretende-se a realização de eventos setoriais de software bancário, software telecom, outsourcing, etc., envolvendo empresas brasileiras já instaladas na região e empresas brasileiras que tenham ido do Brasil.

A cada evento setorial, convida-se um especialista brasileiro sobre o assunto (exemplo, evento sw bancário, palestra sobre SPB) ou apresenta-se um caso de venda de sw ou serviços brasileiro, apresentado pelo próprio cliente estrangeiro. Os convidados serão potenciais clientes, representantes da mídia, consultores e formadores de opinião.

Registrar-se-á em um banco de dados específico, dados dos participantes estrangeiros bem como pode-se realizar pequenas pesquisas de opinião e mercado.

Metas

1 encontro nos Estados Unidos

1 encontro na Europa

30 convidados por evento

3 empresas brasileiras por evento

Elaborar e manter banco de dados com informações dos participantes

Resultados

Promover a imagem da indústria brasileira de software e serviços.

Identificar potenciais parceiros técnicos, comerciais e institucionais, clientes, distribuidores, investidores, etc.

Marcos Críticos

Evento organizado e Relatório concluído

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.17 – Apoiar exportações de Micro e Pequenas Empresas da Paraíba atuantes no setor de Tecnologias da Informação e Comunicação TIC

Empresas–alvo

Empresas da Paraíba e demais empresas do PSI–SW.

Descrição da ação

Apoiar as Micro e Pequenas Empresas (MPEs) atuantes no setor de Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) na Paraíba, através de ações complementares, com inovações para atender carências e explorar oportunidades específicas da região.

A principal estratégia para alcance das metas é o espraiamento das redes de conexões com grandes *players* internacionais nos mercados–alvo. De modo a tornar as parcerias com as MPEs TIC da Paraíba atraentes para os grandes *players*, as atividades envolvidas nesta ação buscam promover a inovação em portfólios de produtos e serviços, expor estes portfólios na mídia internacional especializada e participar em feiras específicas, segundo planos estratégicos construídos a partir de análises sobre concorrentes e *players* e sobre oportunidades de negócios e parcerias nos mercados–alvo.

Será desenvolvido um Plano Internacional de Marketing voltado para as empresas que não exportam ainda, mas tem um potencial exportador. O objetivo é definir e desenvolver em conjunto com as empresas com potencial exportador o modelo de negócios para atuação no mercado internacional, contemplando a definição e avaliação dos produto/soluções, das melhores maneiras de ingressar no mercado–alvo, das necessidades de adaptação e dos canais de vendas/distribuição.

Mercados Alvo

2007 – Portugal, Espanha, Estados Unidos e Chile

2008 – idem

Metodologia

Esta ação prioriza atividades para construção de três pilares: expansão dos mercados de atuação no âmbito internacional; construção da cooperação como forma de desenvolvimento de uma rede de competências complementares e abrangentes; busca de novos patamares organizacionais como forma de tornar as empresas mais competitivas para ambientes mercadológicos desafiadores. Sendo assim a metodologia de atuação prevê um conjunto de atividades que contribuirão para a inserção planejada das empresas paraibanas nos mercados–alvo prioritários, contemplando o seguinte:

Motivação, mobilização, organização e capacitação das empresas exportadoras

Adequação de produtos e processos

Capacitação para o comércio exterior

Qualidade para exportação

Promoção comercial e marketing internacional (com ênfase em conexões internacionais)

Estudos de mercados

Registro de marcas e patentes nos mercados alvos

Resultados

17 empresas operando complementarmente, com portfólios inovadores e competitivos de produtos e serviços TIC, com parceiros internacionais contratados e planos de exportação implantados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 1,2 milhão em 2007 e US\$ 2,5 milhões em 2008.

24 empregos gerados em 2007 e 50 em 2008.

2 empresas exportadoras incorporadas ao grupo

Marcos Críticos

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

Consultoria: Escopo do trabalho definido, consultoria contratada e relatório concluído.

Projeto imagem: Consultor contratado, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.18 – Organizar a Feira SIMO

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW

Descrição da ação

Organizar a participação de empresas brasileiras na Feira SIMO, realizada anualmente em Madrid na Espanha. O evento é organizado em parceria com o IEL – Instituto Edvaldo Lodi organizador dos eventos AL – Invest. Os encontros AL – Invest são ferramentas de cooperação empresarial focadas em um setor específico, onde são realizados seminários técnicos e rodas de negócios. Esta ação visa gerar oportunidades de negócios para empresas brasileiras junto à mercados europeus, em especial, Espanha

Metas

10 empresas participantes em cada feira

300 leads gerados

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 0,96 milhão em 2007 e US\$ 0,96 milhão em 2008.

19 empregos gerados em 2007 e 19 em 2008.

Marcos Críticos

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

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.19 – Organizar o Projeto Comprador RIOINFO

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

O Projeto Comprador RIOINFO visa trazer ao Brasil potenciais importadores de software e serviços correlatos brasileiros, bem como potenciais parceiros comerciais (representantes, distribuidores, traders), especialmente dos mercados da Península Ibérica. O objetivo é preparar as empresas para a participação na SIMO a se realizar em Madrid, Espanha.

O PSI-SW vai requerer mecanismos de gestão eficazes e eficientes no sentido de maximizar as oportunidades e os resultados em negócios gerados.

Metas

5 empresas participantes no projeto

Resultados

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 0,5 milhão em 2007 e US\$ 0,5 milhão em 2008.

10 empregos gerados em 2007 e 10 em 2008

Marcos Críticos

Consultor contratado, convidados confirmados, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.20 – Organizar Novo Portfólio de soluções verticais – PSV

Empresas-alvo

Produtores de software semi-customizado, em segmentos de negócio que as empresas nacionais possuam competitividade a nível internacional. Já manifestaram interesse segmentos como: siderurgia, petróleo, agronegócios e utilities em geral.

Descrição da ação

Visando maximizar a ação comercial de abordagem de clientes, muitas vezes empresas pequenas e médias, cujo acesso aos tomadores de decisão é difícil, estabelecem-se em grupos de empresas voltadas a um segmento específico com o objetivo de oferecer a determinado cliente um portfólio de produtos complementares.

Em 2005, o PSI-SW estruturou 10 verticais de acordo com a lógica descrita acima. No entanto, há demanda identificada para a montagem de outras PSV's com foco em segmentos de mercado em que o Brasil tem competência, como agronegócios, siderurgia e outros. Neste sentido, esta ação prevê recursos para a criação de um novo PSV em substituição ao PSV E-business. Será aberta, através de edital de licitação, a oportunidade para empresas pré organizadas por vertical de atuação pleitearem o apoio do PSI SW.

A PSV E-Business, apesar de representar importante expertise brasileira na área de desenvolvimento e serviços de software, teve sua ação descontinuada em função da falta de liderança que levasse à participação das empresas do setor. A Camara E-net iniciou a estruturação desta PSV, no entanto ocorreram mudanças internas que terminaram por afastá-la da função de coordenação.

Objetivos da ação

- Estruturar a estratégia de inserção internacional de um novo PSV, e
- Realizar um estudo de mercado para este novo PSV em 2008.

Metodologia

1- Contratação de consultor especializado para definição de:

- Mercado(s) geográfico(s)
- Nicho(s) de mercado(s)
- Estratégia básica de funcionamento
- Cronograma de atividades
- Portifólio de produtos

- Abordagem do mercado.

Resultados

PSV constituído e Estudo de Mercado realizado.

Marcos Críticos

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

Consultoria: Escopo do trabalho definido, consultoria contratada e relatório concluído.

OPERAÇÃO 7.2 – PROMOÇÃO COMERCIAL

AÇÃO 7.2.21 – Participar da Feira Internacional CeBit

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Participação na feira CeBit, a ser realizada na cidade de Hannover, na Alemanha, em março de 2008. A CeBit é, atualmente, a maior feira mundial generalista em TI e é um ponto de encontro entre empresas de todos os portes e setores ligados a TI.

Objetivos da ação

Geração de negócios no mercado alemão.

Metodologia

Convite e acompanhamento de empresas do PSI SW interessadas no mercado europeu, em especial no alemão.

Resultados

Participação de 5 empresas em 2008.

Expectativa de vendas em 12 meses: no valor de US\$ 0,5 milhão em 2008.

10 empregos gerados a partir do evento em 2008

Marcos Críticos

Consultor contratado, divulgação realizada, empresas confirmadas, evento realizado e relatório concluído

OPERAÇÃO 7.3 – CAPACITAÇÃO

AÇÃO 7.3.1 – Capacitação em atendimento à RFP

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW

Descrição da ação

Companhias internacionais costumam contratar o fornecimento de serviços de Tecnologia da Informação através de um documento chamado RFP (Request For Proposal), que especifica suas necessidades aos potenciais contratados. A empresa contratada é escolhida de acordo com a melhor resposta à RFP.

De forma a poder aproveitar as oportunidades de geração de negócios que significa o atendimento às RFPs, é necessário que a empresa brasileira esteja capacitada sobre esta prática de aquisição.

Objetivos da ação

Capacitar os empresários brasileiros para o atendimento de RFPs (Request For Proposal)

Metodologia

Realização de cursos anuais com especialista internacional sobre RFPs. Cada curso terá 24 horas de duração e deverá versar sobre: descrição de um RFP (o que é, para que serve, quem utiliza, como identificar), identificação de aspectos fundamentais de uma RFP, aspectos legais, como apresentar proposta cuidados especiais no atendimento a uma RFP.

Resultados

20 empresários e técnicos brasileiros familiarizados com atendimento a RFPs.

Marcos Críticos

Escopo do trabalho definido, consultoria contratada, relatório concluído e empresários treinados.

OPERAÇÃO 7.3 – CAPACITAÇÃO

AÇÃO 7.3.2 – Capacitação em novas tecnologias

Empresas–Alvo

Todas as empresas do PSI–SW.

Descrição da ação

As empresas integrantes do PSI–SW desenvolvem programas intensivos de capacitação em novas tecnologias, segundo características do setor de software e serviços de TI, visando adquirir ou manter competitividade. As Tecnologias mais atuais são: Java, Microsoft.net, ASP, plataforma aberta.

Objetivos da ação

Manter a competitividade do grupo de empresas com relação à vanguarda tecnológica vigente.

Metodologia

Treinamentos para técnicos das empresas, realizados “in house” ou externamente à empresa.

Resultados

Manter as empresas competitivas no mercado interno e externo, no que tange a tecnologia, através da realização mínima de 500 profissionais treinados.

Marcos Críticos

Profissionais treinados

OPERAÇÃO 7.3 – CAPACITAÇÃO

AÇÃO 7.3.3 – Implantação de sistemas da qualidade no padrão CMMi ou ISO

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

É imprescindível para as empresas do setor, como as que integram o PSI-SW, desenvolverem programas de implantação ou atualização de sistemas de gestão da qualidade. Tais sistemas melhoram a qualidade gerencial – base: normas ISO 9000 ou e- SCM, a qualidade do produto de software – base: norma ISO 12207 –, ou a qualidade do processo de desenvolvimento – base: normas CMM, CMMI ou ISO 15504

Objetivos da ação

Melhorar a qualidade gerencial, de produtos, ou do processo de desenvolvimento de software das empresas brasileiras, em especial, as que buscam o mercado externo para comercializar seus produtos e serviços.

Metodologia

- Implantação de sistema de gestão da qualidade, considerando o modelo de negócios da empresa(serviços, etc).
- Certificação pela norma escolhida.

Resultados

Empresas em processo de implantação sistema de qualidade: 5

Empresas certificadas: 2

Marcos Críticos

Empresas certificadas

OPERAÇÃO 7.3 – CAPACITAÇÃO

AÇÃO 7.3.4 – Melhoria de processo do software brasileiro – Programa MPS–Br

Empresas–alvo

Todas as empresas do PSI–SW.

Descrição da ação

A grande maioria das empresas de software brasileiras se enquadram na categoria das micro, pequenas e médias. Considerando que este conjunto de empresas tem interesse em fornecer para o mercado externo, esta ação tratará da elaboração e implementação em, prioritariamente, micro, pequenas e médias empresas de software brasileiras de um Modelo de Referência de processos de software (MPS–br) e um Método de Avaliação de processos de software (MA–ps). O MPS–br e o MA–ps são baseados na engenharia de software, com conceitos de maturidade da capacidade de processo, destinando–se a apoiar a implantação, avaliação, certificação e melhoria de processos de software, para uso efetivo pelas micro, pequenas e médias empresas de software brasileiras, a um custo acessível. Ambos são adequados ao perfil e cultura das micro, pequenas e médias empresas de software brasileiras e manterão plena compatibilidade com padrões de qualidade aceitos internacionalmente pela comunidade de software, tendo como pressuposto o aproveitamento de toda a competência existente nos padrões internacionais de melhoria de processo. Detalhes do MPS–br são obtidos em www.softex.br/mpsbr

Objetivos da ação

Implementação da melhoria de processo do software em empresas de software e serviços correlatos

Metodologia

Aplicação do Modelo de Referência de processos de software (MPS–br), desenvolvido pela Softex com o apoio do MCT (Ministério da Ciência e Tecnologia) e do BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento, nas empresas de software e serviços brasileiras.

Resultados

- Empresas com mps.br implantadas em 2007: 80
- Empresas com mps.br implantadas em 2008: 100
- Empresas avaliadas pelo mps.br em 2007: 40
- Empresas avaliadas pelo mps.br em 2008: 50

Marcos Críticos

Escopo do trabalho definido, consultoria contratada e relatório concluído

OPERAÇÃO 7.3 – CAPACITAÇÃO

AÇÃO 7.3.5 – Internacionalização e localização

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Para ser competitivo no mercado mundial, o software precisa se comunicar com o usuário final na sua língua nativa e precisa estar baseado nas suas convenções locais. Atualmente, muitas empresas fornecem seus produtos de software com suporte à língua nativa. Uma versão localizada de software que reconheça os requisitos de um mercado específico, no entanto, pode demandar que outra versão do software seja desenvolvida.

Para muitas empresas, a internacionalização pode ser vista como uma importante janela para o mercado externo, na medida em que o produto de software poderá ser preparado desde as fases iniciais do ciclo de vida para rodar em qualquer lugar do mundo sem que seja necessário mudar o código ou recompilá-lo para diferentes línguas e convenções locais. As atividades de internacionalização, também conhecida como I18N, e de localização de software, L10N, estão ocupando, cada vez mais, maior importância na indústria de software, em função da globalização e da conseqüente interação dos principais mercados mundiais.

O trabalho envolvido na atividade de internacionalização e localização de software exige o consórcio de diversos novos profissionais, além de treinamento adequado dos tradicionais profissionais de desenvolvimento de software. Linguistas/terminologistas, tradutores, especialistas em redação técnica, engenheiros de internacionalização, gerentes de projetos de localização e engenheiros de QA (quality assurance) são exemplos de novos profissionais que se envolvem nestas atividades. O software em si também deve apresentar características específicas, implementadas com procedimentos adequados, para que possa ser localizado apropriadamente. Chamamos estas características de internacionalização. Um software deve ser internacionalizado antes de ser localizado, sob pena de que o trabalho de localização seja extremamente manual, tedioso e altamente sensível a erros. A localização é o segundo passo no processo e deve ser realizado por tradutores/localizadores especializados, sob a coordenação de gerentes de projetos também especializados e com a colaboração de terminologistas.

O desenvolvimento de software e serviços no Brasil com vistas à exportação cria uma demanda natural pelo serviço de internacionalização e localização: os softwares aqui desenvolvidos deverão ser traduzidos do português para idiomas estrangeiros (vertidos, no jargão da tradução). O mercado internacional é extremamente exigente e intransigente neste ponto. Em vista desta exigência internacional de qualidade, a localização dos produtos brasileiros deverá envolver profissionais de localização dos distintos países-alvo dos

softwares, profissionais estes especializados em diversas áreas técnicas (tradução de software técnico, jurídico, contábil, etc).

O Brasil começa a dar seus primeiros passos nesta área, para apoiar às empresas brasileiras de software a melhorarem sua participação no mercado mundial. Entre as iniciativas em desenvolvimento, algumas são responsáveis pela criação de grupos de p&d, e, também, de empresas incubadas com foco de atividades na internacionalização e na localização de software (produtos e serviços). Todas elas contemplam: a investigação de métodos e de padrões de internacionalização/ localização a serem seguidas por empresas com possibilidades de atuar no mercado internacional; o repasse dos resultados das investigações para os cursos de engenharia de software ministrados pelas universidades; a criação de programas de capacitação em internacionalização e em localização para as empresas de software; o desenvolvimento de tecnologia e a implementação de kits para fins de desenvolvimento; e o estímulo a criação de novas empresas para atuarem neste setor. Esta ação irá reforçar tais iniciativas criando as condições necessárias para consolidá-las e ampliando o seu escopo de atuação.

Objetivos da ação

- Consolidar um processo para capacitação técnica de profissionais em I18N e L10N.
- Formar especialistas em várias partes do país com os seguintes perfis: engenheiro de internacionalização, localizador de software e gerente de projetos de internacionalização.
- Implantar laboratórios de tecnologia de localização.

Metodologia

O desenvolvimento do processo de capacitação orientado para a clientela (empresas e profissionais de software) se dará através da definição de currículos básicos modulares para alguns perfis profissionais ligados à I18N e L10N, tais como: Engenheiro de Internacionalização (ligado à área de informática), Localizador de Software (relacionado à área de tradução), e Gerente de Projetos de L10N. Cada perfil profissional identificado terá um currículo próprio, que será composto por uma série de assuntos de fundamental importância para que os profissionais possam desempenhar satisfatoriamente sem amadorismos suas funções. Em paralelo, serão selecionados, compilados e/ou desenvolvidos materiais didáticos adequados aos procedimentos definidos. A necessidade de aderência a padrões internacionais relacionados à L10N e I18N e a exigências de qualidade do produto localizado é o ponto de partida para toda a definição do processo de capacitação. Estes cursos deverão ser eminentemente práticos com no mínimo 50% de atividades práticas. Tais cursos também promovidos na modalidade À DISTÂNCIA, com apoio de ferramental adequado, disponibilização de material didático, inclusive com encontros síncronos virtuais entre instrutores e alunos. Outra questão importante são as ferramentas de produtividade existentes. Há, no mercado internacional, uma infinidade de ferramentas de produtividade e apoio disponíveis para estes profissionais que são simplesmente desconhecidas por eles. Para superar mais esta barreira, pretende-se disponibilizar acesso a estas ferramentas tanto

localmente quanto através de acesso remoto, como forma complementar de treinamento quando não houver disponibilidade da ferramenta em seu local original de trabalho. Para isso, pretende-se criar laboratórios de tecnologia de localização. A intenção é, com apoio dos fabricantes/distribuidores, criar uma exposição permanente de tecnologia de localização que também estaria disponível através da Internet, onde os visitantes (reais e virtuais) poderiam usar diretamente as últimas versões das ferramentas. Esta exposição serviria para que profissionais pudessem avaliar os diversos softwares, verificar potencialidades, recursos e possíveis problemas. Os softwares estariam disponíveis para pesquisa, avaliação, estudo e demonstração, juntamente com alguns arquivos de exemplo. Além disso, os laboratórios servirão de apoio às atividades das empresas da área, para a prestação de serviços de localização para empresas-clientes, para testes em sistemas operacionais com outros idiomas nativos ou simulando outros locais, de capacitação, etc.

Resultados

2007

Processo para capacitação técnica de profissionais em I18N e L10N desenvolvido.

- 40 especialistas formados em várias partes do país com os seguintes perfis: engenheiro de internacionalização, localizador de software e gerente de projetos de internacionalização.
- Um laboratório de tecnologia de localização, para uso local e remoto, implantado.
- 5 produtos localizados

2008

- 15 produtos localizados

Marcos Críticos

Desenvolvimento de um processo de capacitação em internacionalização e localização de software, treinamento de especialistas e localização de produtos.

OPERAÇÃO 7.3 – CAPACITAÇÃO

AÇÃO 7.3.6 – Capacitação dos agentes SOFTEX para Apoio ao PSI SW

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Desenvolver um programa de capacitação dos agentes SOFTEX voltado para suporte às empresas brasileiras na exportação de software.

Objetivos da ação

Utilizar a rede de agentes SOFTEX como apoiadores das empresas com potencial para exportar, potencializando sua atuação através de capacitação específica.

Metodologia

Organizar e apresentar um ciclo de palestras e treinamentos sobre exportação de software abrangendo: procedimentos internos, questões contratuais, financiamento para exportação, estratégias de venda, etc.

Resultados

5 Agentes SOFTEX preparados para realizar ações de apoio a exportação de empresas da região.

Marcos Críticos

Escopo do trabalho definido, consultoria contratada, espaço físico contratado e agentes capacitados.

OPERAÇÃO 7.3 – CAPACITAÇÃO

AÇÃO 7.3.7 – Capacitação à distância em melhoria de qualidade de software

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

No seu conjunto, a ação está direcionada para dinamizar a adoção, pelas empresas brasileiras, de métodos de melhoria dos processos de software, aumentando a maturidade desses processos, através da difusão do conhecimento, a custos reduzidos, visando a formação de massa crítica no corpo diretivo e gerencial das organizações, bem como para a capacitação dos desenvolvedores nas melhores práticas de melhoria dos processos de software e, por extensão, da qualidade dos produtos desenvolvidos no país.

Metodologia

A estratégia de implementação deste projeto envolve, por um lado, a utilização de recursos de EAD para apoiar a disseminação, em larga escala, de uma cultura de qualidade em processo de software na Brasil, e, por outro, a articulação de parcerias estratégicas que assegurem conectividade entre a ação de capacitação, as empresas, e as instituições capazes de suportar e dar abrangência/continuidade à ação.

Nesse sentido, a participação da SOFTEX possibilita a formação de uma rede nacional de apoio técnico ao processo de capacitação, e, posteriormente, de avaliação, e a articulação deste esforço de capacitação com os programas de capacitação convencionais e com programas regionais de especificação de padrões de qualidade em processo de software referenciados ao CMM/CMMI.

Do ponto de vista metodológico, a abordagem de EAD estará associada à utilização de técnicas pedagógicas, de comprovado domínio do fornecedor da proponente, capazes de gerar conteúdos com alta qualidade instrucional e motivacional. Inicialmente, prevê-se a oferta dos seguintes cursos:

Introdução aos modelos de maturidade CMM e CMMI Básico (referência – 12 horas presenciais equivalentes)

- Conceituar processo de software;
- Conceituar a maturidade do processo de software e a importância da adoção de um modelo de maturidade para a avaliação e implementação de melhorias visando a qualidade do processo e do produto;
- Apresentar os modelos SW-CMM (Capability Maturity Model for Software) e CMMI (CMM Integration):

A implantação conjunta do CMM/CMMI com os procedimentos da ISO 9000

- Apresentar as etapas para a implementação de um plano de melhorias e os procedimentos para a avaliação de maturidade com base no CMM/CMMI;
- Fornecer uma visão do cenário brasileiro quanto a adoção do CMM/CMMI.

CMM e CMMI avançado

(referência – 28 horas presenciais equivalentes)

- Apresentar o detalhamento das KPAs do nível 2 do SW-CMM e das PAs do CMMI;
- Apresentar o IDEAL e as etapas para a implementação de um plano de melhorias e os procedimentos para a avaliação de maturidade com base no CMM/CMMI;

Com a evolução da ação, progressivamente novos cursos serão oferecidos.

Objetivos da ação

Esta ação tem por objetivo o desenvolvimento de um programa de educação à distância para a capacitação básica de executivos e profissionais das empresas produtoras de software brasileiras nos modelos de maturidade CMM e CMMI. Ao implementar essa capacitação básica, a ação cria as condições de infra-estrutura e gestão em EAD para progressivamente disseminar outros conhecimentos relacionados às melhores práticas para o gerenciamento de projetos (ex. PMBoK do PMI) e engenharia de software (ex. SWEBoK do IEEE).

Resultados

Capacitar 100 profissionais em CMMI utilizando EAD em 2007 e 30 em 2008.

OPERAÇÃO 7.4 – ATIVIDADES DIVERSAS

AÇÃO 7.4.1 – Elaboração do plano de negócios de empresa comercial exportadora de software e serviços correlatos

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

As empresas brasileiras de software e serviços correlatos, em especial as pequenas e médias, ressentem-se de mecanismos mais eficientes para a comercialização no exterior. Neste sentido, a existência de uma estrutura dedicada a realizar esta tarefa pode ser de fundamental importância para o aumento das exportações brasileiras. Uma empresa criada especificamente para este fim é a solução mais adequada para as empresas desenvolvedoras que desejam se concentrar exclusivamente no seu negócio no Brasil, delegando a parte comercial internacional a parceiros. Tais empresas podem, inclusive, como se propõe aqui, serem sócias da empresa comercial exportadora.

Objetivos da ação

Elaborar três Planos de Negócios para empresas comerciais exportadoras de software e serviços para subsidiar a tomada de decisões visando dar início ao empreendimento.

Metodologia

Os Planos de Negócios deverão ser elaborados por consultoria com forte conhecimento das operações de software e serviços correlatos no mercado externo. Serão convocados e escolhidos através de edital de licitação, grupos de empresas interessadas em atuar conjuntamente e ter desenvolvido um Plano de Negócios para consolidação de uma empresa comercializadora no exterior – IT trader. Os Planos de Negócios deverão contemplar os seguintes aspectos:

Modelo(s) de negócio(s); Forma de constituição; Capitalização; Requerimentos para entrada de sócios; Possibilidade de participação societária estatal (exemplo: BNDES PAR); Mercado alvo; Mecanismos de seleção de produtos e serviços; Formas de licenciamento da tecnologia das empresas desenvolvedoras; Maneiras de remuneração das empresas brasileiras; Estrutura inicial; Outros pertinentes.

Resultados

Três Planos de negócios elaborados em 2007

Marcos Críticos

Escopo do trabalho definido, consultoria contratada e plano de negócios concluídos

OPERAÇÃO 7.4 – ATIVIDADES DIVERSAS

AÇÃO 7.4.2 – Desenvolvimento de site do PSI SW

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

A visibilidade do esforço empreendido pelas instituições e empresas participantes do PSI SW através da exposição na Web das ações e resultados, bem como pela veiculação de notícias de sua repercussão, são importantes como marco de referência para o esforço de aglutinação e multiplicação de esforços visando a expansão do movimento.

Neste sentido, a existência de um site dedicado ao PSI SW pode ser de fundamental importância.

Objetivos da ação

Desenvolver o site do PSI SW para permitir a divulgação das ações, agendas, resultados e estratégias do projeto e ser um canal de contato para os empresários interessados.

Metodologia

O site deverá ser elaborado por empresa com conhecimento e experiência no desenvolvimento de forma e conteúdo voltados para operações comerciais no Brasil e exterior e deverá contemplar os seguintes aspectos:

Design adequado à sua finalidade; Possibilidade de contato; Contador de visitas; Mecanismos de seleção de produtos e serviços; Ferramenta de suporte à atualização de conteúdo; Estudo de conteúdo do site; Possibilidade de troca de idiomas e Mecanismo de busca.

Resultados

Site elaborado em 120 dias após assinatura do convênio e mantido nos anos de 2007 e 2008

Marcos Críticos

Conteúdo estruturado, Desenvolvedor contratado e Site aprovado e operando.

OPERAÇÃO 7.5 – GESTÃO

AÇÃO 7.5.1 – Gestão do PSI-SW

Empresas-alvo

Todas as empresas do PSI-SW.

Descrição da ação

Prover a gestão do projeto do quadro de pessoal necessário e suficiente para garantir o gerenciamento do projeto. Ampliar o número de gerentes de promoção de negócios para 3, além da gerente geral do projeto, em função da experiência adquirida em 2006.

Objetivos da ação

Garantir o aproveitamento das oportunidades de negócios e atender às normas operacionais da APEX e da SOFTEX.

Metodologia

Serão definidas gerências, cada uma sob a responsabilidade de um profissional capacitado, indicado em conjunto com a APEX. Assim, serão 4 gerentes e uma equipe técnica, conforme segue:

- Gerente Geral do Projeto com a função de responder pelo projeto perante a APEX, de fazer a gestão geral e operacional dentro da Sociedade SOFTEX, com o apoio dos profissionais relacionados a seguir:
- Gerentes de Promoção de Negócios: com a função de promoção de negócios bem como com a responsabilidade de organizar a participação das empresas nos eventos no exterior bem como organizar a participação das empresas nos eventos no Brasil.
- Gerente de Apoio Operacional: Profissional com experiência em gestão de projetos, formação administrativa-financeira, com a incumbência de estruturar e atualizar sistemas de controle e análise, preparar Termos de Referência, acompanhar contratos e licitações, realizar procedimentos para realização de pagamentos, e compor a prestação de contas, zelando para que as normas operacionais da APEX e da própria SOFTEX sejam observadas na execução das atividades.

Resultados

- Cumprir as metas físicas e financeiras previstas no PSI-SW;
- Aprovar relatórios parciais e finais e prestação de contas parciais e final.

Marcos Críticos

Profissionais selecionados, contratados e atuando.

RESUMO EXECUTIVO

PROJETO PSI-SW SOFTEX 2007- 2008			
OPERAÇÕES, AÇÕES E ATIVIDADES	SUBTOTAL	APEX	SOFTEX
7.1 INTELIGÊNCIA COMERCIAL	212.080	126.000	86.080
7.2 PROMOÇÃO COMERCIAL	7.261.267	4.511.738	2.749.530
7.3. CAPACITAÇÃO	3.807.690	0	3.807.690
7.4 ATIVIDADES DIVERSAS	193.800	140.000	53.800
7.5 GESTÃO DO PROJETO	860.731	50.000	810.731
TOTAL DO PROJETO (R\$)	12.335.568	4.827.738	7.507.830
OPERAÇÕES, AÇÕES E ATIVIDADES	SUBTOTAL	APEX	SOFTEX
7.1. INTELIGÊNCIA COMERCIAL	212.080	126.000	86.080
7.1.1 Estudos e Pesquisas - Novos Mercados	149.040	126.000	23.040
7.1.2 Pesquisa sobre as exportações de software brasileiro	63.040	0	63.040
7.2 PROMOÇÃO COMERCIAL	7.261.267	4.511.738	2.749.530
7.2.1 PSV Aviação	526.556	330.036	196.520
7.2.2 PSV Bancos/Finanças	655.136	440.198	214.938
7.2.3 PSV Educação	644.556	409.931	234.625
7.2.4 PSV Energia Elétrica	424.655	289.195	135.460
7.2.5 PSV Gestão Empresarial	495.269	339.729	155.540
7.2.6 PSV Governo Eletrônico	423.920	325.060	98.860
7.2.7 PSV Saúde	633.787	462.757	171.030
7.2.8 PSV Segurança	542.846	367.476	175.370
7.2.9 PSV Telecomunicações	467.468	291.598	175.870
7.2.10 Grupo Empresarial de Games	462.182	273.032	189.150
7.2.11 Grupo Empresarial de Outsourcing	204.128	109.598	94.530
7.2.12 Eventos Multisetoriais APEX	200.522	51.862	148.660
7.2.13 Feira IT EXPO - outubro	181.958	35.398	146.560
7.2.14 Missão Internacional no Japão à CEATEC	89.688	0	89.688
7.2.15 Missão Internacional à China	91.411	0	91.411
7.2.16 Brazilian Software and Services Companies Network Meeting	99.477	69.447	30.030
7.2.17 Apoio de Exportação para MPE's da Paraíba atuantes no setor de TIC -	285.500	262.500	23.000
7.2.18 Feira SIMO - novembro	386.596	208.568	178.028
7.2.19 Projeto Comprador RIOINFO - agosto	337.180	151.320	185.860
7.2.20 Novo Portfólio de Produtos Verticais PSV	88.400	74.000	14.400
7.2.21 Feira Internacional Cebit - Hannover - março	20.034	20.034	0
7.3. CAPACITAÇÃO	3.807.690	0	3.807.690
7.3.1 Capacitação em atendimento a RFP	67.570	0	67.570
7.3.2 Capacitação em novas tecnologias	360.000	0	360.000
7.3.3 Implantação de Sistemas da Qualidade	983.400	0	983.400
7.3.4 Melhoria de Processo do SW Brasileiro	1.140.000	0	1.140.000
7.3.5 Internacionalização e Localização	1.045.000	0	1.045.000
7.3.6 Capacitação dos Agentes Softex	91.720	0	91.720
7.3.7 Capacitação à Distância em Melh. Qual. Sw	120.000	0	120.000
7.4 ATIVIDADES DIVERSAS	193.800	140.000	53.800
7.4.1 Elaboração de planos de negócios para empresa comercial exportadora	164.800	120.000	44.800
7.4.2 Desenvolvimento de site do PSI SW	29.000	20.000	9.000
7.5 GESTÃO DO PROJETO	860.731	50.000	810.731
7.5. GESTÃO	860.731	50.000	810.731

PROJETO PSI-SW SOFTEX 2007 - 2008			
2007			
OPERAÇÕES, AÇÕES E ATIVIDADES	SUBTOTAL	APEX	SOFTEX
7.1 INTELIGÊNCIA COMERCIAL	106.040	63.000	43.040
7.2 PROMOÇÃO COMERCIAL	3.650.026	2.305.813	1.344.214
7.3. CAPACITAÇÃO	1.552.845	0	1.552.845
7.4 ATIVIDADES DIVERSAS	184.800	137.000	47.800
7.5 GESTÃO DO PROJETO	409.455	25.000	384.455
TOTAL DO PROJETO (R\$)	5.903.167	2.530.813	3.372.354
OPERAÇÕES, AÇÕES E ATIVIDADES	SUBTOTAL	APEX	SOFTEX
7.1. INTELIGÊNCIA COMERCIAL	106.040	63.000	43.040
7.1.1 Estudos e Pesquisas - Novos Mercados	74.520	63.000	11.520
7.1.2 Pesquisa sobre as exportações de software brasileiro	31.520	0	31.520
7.2 PROMOÇÃO COMERCIAL	3.650.026	2.305.813	1.344.214
7.2.1 PSV Aviação	270.628	191.268	79.360
7.2.2 PSV Bancos/Finanças	369.102	245.099	124.003
7.2.3 PSV Educação	328.808	216.798	112.010
7.2.4 PSV Energia Elétrica	201.841	154.316	47.525
7.2.5 PSV Gestão Empresarial	266.845	183.315	83.530
7.2.6 PSV Governo Eletrônico	208.690	159.260	49.430
7.2.7 PSV Saúde	322.619	243.956	78.663
7.2.8 PSV Segurança	287.098	183.738	103.360
7.2.9 PSV Telecomunicações	233.734	145.799	87.935
7.2.10 Grupo Empresarial de Games	195.028	115.668	79.360
7.2.11 Grupo Empresarial de Outsourcing	132.824	79.799	53.025
7.2.12 Eventos Multisetoriais APEX	100.261	25.931	74.330
7.2.13 Feira IT EXPO - outubro	90.979	17.699	73.280
7.2.14 Missão Internacional no Japão à CEATEC	44.844	0	44.844
7.2.15 Missão Internacional à China	45.706	0	45.706
7.2.16 Brazilian Software and Services Companies Network Meeting	49.634	34.724	14.910
7.2.17 Apoio de Exportação para MPE's da Paraíba atuantes no setor de TIC	139.500	128.500	11.000
7.2.18 Feira SIMO - novembro	193.298	104.284	89.014
7.2.19 Projeto Comprador RIOINFO - agosto	168.590	75.660	92.930
7.3. CAPACITAÇÃO	1.552.845	0	1.552.845
7.3.1 Capacitação em atendimento a RFP	33.785	0	33.785
7.3.2 Capacitação em novas tecnologias	180.000	0	180.000
7.3.3 Implantação de Sistemas da Qualidade	482.200	0	482.200
7.3.4 Melhoria de Processo do SW Brasileiro	456.000	0	456.000
7.3.5 Internacionalização e Localização	295.000	0	295.000
7.3.6 Capacitação dos Agentes Softex	45.860	0	45.860
7.3.7 Capacitação à Distância em Melh. Qual. Sw	60.000	0	60.000
7.4 ATIVIDADES DIVERSAS	184.800	137.000	47.800
7.4.1 Elaboração de planos de negócios para empresa comercial exportador	164.800	120.000	44.800
7.4.2 Desenvolvimento de site do PSI SW	20.000	17.000	3.000
7.5 GESTÃO DO PROJETO	409.455	25.000	384.455
7.5. GESTÃO	409.455	25.000	384.455

EVENTOS 2007		PSV	TOTAL	APEX	CONTRA PARTIDA	ECONÔMICA	FINANCEIRA
7.2.1.1	Feira The Low Cost Air Transport Summit - junho	Aviação	112.214	72.534	39.680	2.130	37.550
7.2.1.2	Feira World Low Cost Airline Congress - Londres - setembro	Aviação	120.614	80.934	39.680	2.130	37.550
7.2.2.2	Feira Gartner Financial - agosto	Finanças	133.832	82.299	51.533	2.130	49.403
7.2.3.1	Feira T+L- Tennessee - outubro	Educação	93.104	57.099	36.005	2.130	33.875
7.2.3.3	Feira NECC - Atlanta - Junho	Educação	103.204	67.199	36.005	2.130	33.875
7.2.3.5	Feira BETT janeiro (contrapartida)	Educação	36.000	0	36.000	0	36.000
7.2.5.3	Feira IT Channel Fall - USA - outubro	Gestão	70.004	33.999	36.005	2.130	33.875
7.2.8.1	Feira Inforsecurity New York - setembro	Segurança	139.124	103.119	36.005	2.130	33.875
7.2.8.2	Feira Gartner Security Summit Washington - junho	Segurança	116.624	80.619	36.005	2.130	33.875
7.2.9.1	Feira NXT Comm - Chicago - junho	Telecom	93.104	57.099	36.005	2.130	33.875
7.2.10.1	Feira GC - Lyon - dezembro	Games	97.514	57.834	39.680	2.130	37.550
7.2.10.2	Feira Game Connection Leipzig - agosto	Games	97.514	57.834	39.680	2.130	37.550
7.2.11.1	Feira Outsource World - New York - outubro	Outsourcing	71.304	29.799	41.505	2.130	39.375
7.2.13	Feira IT EXPO - outubro	Generalista	90.979	17.699	73.280	2.130	71.150
7.2.18	Feira SIMO - novembro	Generalista	193.298	104.284	89.014	2.130	86.884
TOTAL			1.567.433	902.351	665.082	29.820	635.262
7.2.2.1	Projeto Comprador CIAB - junho	Finanças	162.230	112.800	49.430	2.130	47.300
7.2.6.3	Projeto Comprador - África do Sul	Governo	157.190	107.760	49.430	2.130	47.300
7.2.9.2	Projeto Comprador FutureCom - outubro	Telecom	140.630	88.700	51.930	2.130	49.800
7.2.19	Projeto Comprador RIOINFO - agosto	Generalista	168.590	75.660	92.930	2.130	90.800
TOTAL			628.640	384.920	243.720	8.520	235.200
7.2.4.1	Projeto Vendedor México - agosto	Energia	135.321	99.316	36.005	2.130	33.875
7.2.5.1	Projeto Vendedor - New York - outubro	Gestão	135.321	99.316	36.005	2.130	33.875
7.2.7.4	Projeto Vendedor México (PSV Saúde e Finanças)	Saúde	212.871	145.516	67.355	2.130	65.225
TOTAL			483.512	344.147	139.365	6.390	132.975
7.2.14	Missão Internacional no Japão à CEATEC	Generalista	44.844	0	44.844	2.130	42.714
7.2.15	Missão Internacional à China	Generalista	45.706	0	45.706	2.130	43.576
7.2.7.1	Missão Chile - novembro	Saúde	59.578	38.441	21.138	2.130	19.008
TOTAL			150.128	38.441	111.687	6.390	105.297
7.2.16	Brazilian Software and Services Companies Network Meeting	Generalista	49.634	34.724	14.910	0	14.910
7.2.12	Eventos Multisetoriais APEX	Generalista	100.261	25.931	74.330	2.130	72.200
TOTAL			149.895	60.655	89.240	2.130	87.110
7.2.1.3	Assinatura do Airclaims (Banco de dados de empresas low	Aviação	25.200	25.200	0	0	0
7.2.1.4	Filiação à IATA	Aviação	12.600	12.600	0	0	0
7.2.3.2	Consultoria Europa	Educação	27.500	27.500	0	0	0
7.2.3.4	Consultoria Internacional USA	Educação	70.000	65.000	5.000	0	5.000
7.2.4.3	Revalidação do Portfólio de Soluções	Energia	15.000	15.000	0	0	0
7.2.6.1	Consultoria para Estruturação de Atendimento a RFP's	Governo	20.000	20.000	0	0	0
7.2.6.2	Assinatura em Revista Especializada	Governo	31.500	31.500	0	0	0
7.2.17	Apoio de Exportação para MPE's da Paraíba atuantes no seto	-	139.500	128.500	11.000	0	11.000
TOTAL OUTRAS AÇÕES DE PROMOÇÃO COMERCIAL			341.300	325.300	16.000	0	16.000
7.2.7.3	Continuidade ao Projeto IT Trader	-	20.000	10.000	10.000	0	10.000
7.4.1	Elaboração de planos de negócios para empresa comercial ex	-	164.800	120.000	44.800	29.440	15.360
7.4.2	Desenvolvimento de site do PSI SW	-	20.000	17.000	3.000	0	3.000
TOTAL ATIVIDADES DIVERSAS			204.800	147.000	57.800	29.440	28.360
7.1.1	Estudos e Pesquisas - Novos Mercados	-	74.520	63.000	11.520	11.520	0
7.1.2	Pesquisa sobre as exportações de software brasileiro	-	31.520	0	31.520	11.520	20.000
7.2.2.4	Consultoria de Estudo de Mercado (EUA)	Finanças	73.040	50.000	23.040	23.040	0
7.2.4.2	Consultoria de Estudo de Mercado - México	Energia	51.520	40.000	11.520	11.520	0
7.2.5.2	Consultoria de Estudo de Mercado - Canais - maio/junho	Gestão	61.520	50.000	11.520	11.520	0
7.2.7.2	Consultoria de Estudo de Mercado Chile	Saúde	61.520	50.000	11.520	11.520	0
7.2.11.2	Consultoria de Estudo de Mercado	Outsourcing	61.520	50.000	11.520	11.520	0
TOTAL INTELIGENCIA COMERCIAL			415.160	303.000	112.160	92.160	20.000
7.5	GESTÃO	-	409.455	25.000	384.455	352.110	32.345
TOTAL			409.455	25.000	384.455	352.110	32.345
7.3	CAPACITAÇÃO	-	1.552.845	0	1.552.845	396.800	1.156.045
TOTAL			1.552.845	0	1.552.845	396.800	1.156.045
TOTAL			5.903.167	2.530.813	3.372.354	923.760	2.448.594

PROJETO PSI-SW SOFTEX 2007- 2008			
2008			
OPERAÇÕES, AÇÕES E ATIVIDADES	SUBTOTAL	APEX	SOFTEX
7.1 INTELIGÊNCIA COMERCIAL	106.040	63.000	43.040
7.2 PROMOÇÃO COMERCIAL	3.611.241	2.205.925	1.405.316
7.3. CAPACITAÇÃO	2.254.845	0	2.254.845
7.4 ATIVIDADES DIVERSAS	9.000	3.000	6.000
7.5 GESTÃO DO PROJETO	451.275	25.000	426.275
TOTAL DO PROJETO (R\$)	6.432.402	2.296.925	4.135.476
OPERAÇÕES, AÇÕES E ATIVIDADES	SUBTOTAL	APEX	SOFTEX
7.1. INTELIGÊNCIA COMERCIAL	106.040	63.000	43.040
7.1.1 Estudos e Pesquisas - Novos Mercados	74.520	63.000	11.520
7.1.2 Pesquisa sobre as exportações de software brasileiro	31.520	0	31.520
7.2 PROMOÇÃO COMERCIAL	3.611.241	2.205.925	1.405.316
7.2.1 PSV Aviação	255.928	138.768	117.160
7.2.2 PSV Bancos/Finanças	286.034	195.099	90.935
7.2.3 PSV Educação	315.748	193.133	122.615
7.2.4 PSV Energia Elétrica	222.814	134.879	87.935
7.2.5 PSV Gestão Empresarial	228.425	156.415	72.010
7.2.6 PSV Governo Eletrônico	215.230	165.800	49.430
7.2.7 PSV Saúde	311.168	218.801	92.368
7.2.8 PSV Segurança	255.748	183.738	72.010
7.2.9 PSV Telecomunicações	233.734	145.799	87.935
7.2.10 Grupo Empresarial de Games	267.154	157.364	109.790
7.2.11 Grupo Empresarial de Outsourcing	71.304	29.799	41.505
7.2.12 Eventos Multisetoriais APEX	100.261	25.931	74.330
7.2.13 Feira IT EXPO - outubro	90.979	17.699	73.280
7.2.14 Missão Internacional no Japão à Feira CEATEC	44.844	0	44.844
7.2.15 Missão Internacional à China	45.706	0	45.706
7.2.16 Brazilian Software and Services Companies Network Meeting	49.844	34.724	15.120
7.2.17 Apoio de Exportação para MPE's da Paraíba atuantes no setor de TIC -	146.000	134.000	12.000
7.2.18 Feira SIMO - novembro	193.298	104.284	89.014
7.2.19 Projeto Comprador RIOINFO - agosto	168.590	75.660	92.930
7.2.20 Novo Portfólio de Produtos Verticais PSV	88.400	74.000	14.400
7.2.21 Feira Internacional Cebit - Hannover - março	20.034	20.034	0
7.3. CAPACITAÇÃO	2.254.845	0	2.254.845
7.3.1 Capacitação em atendimento a RFP	33.785	0	33.785
7.3.2 Capacitação em novas tecnologias	180.000	0	180.000
7.3.3 Implantação de Sistemas da Qualidade	501.200	0	501.200
7.3.4 Melhoria de Processo do SW Brasileiro	684.000	0	684.000
7.3.5 Internacionalização e Localização	750.000	0	750.000
7.3.6 Capacitação dos Agentes Softex	45.860	0	45.860
7.3.7 Capacitação a Distância em Melh. Qual. Sw	60.000	0	60.000
7.4 ATIVIDADES DIVERSAS	9.000	3.000	6.000
7.4.1 Revisão e Manutenção do site do PSI SW	9.000	3.000	6.000
7.5 GESTÃO DO PROJETO	451.275	25.000	426.275
7.5. GESTÃO	451.275	25.000	426.275

EVENTOS 2008		PSV	TOTAL	APEX	CONTRA- PARTIDA	ECONÔMIC A	FINANCEIRA
7.2.1.3	Feira African Airports -Johannesburgo - fevereiro	Aviação	97.514	57.834	39.680	2.130	37.550
7.2.1.4	Feira World Low Cost Airline Congress - Londres - setembro	Aviação	120.614	80.934	39.680	2.130	37.550
7.2.2.2	Feira Gartner Financial - agosto	Finanças	123.804	82.299	41.505	2.130	39.375
7.2.3.1	Feira BETT - Londres - Janeiro	Educação	82.014	47.334	34.680	2.130	32.550
7.2.3.3	Feira NECC - San Antonio - Junho	Educação	93.104	57.099	36.005	2.130	33.875
7.2.4.1	Feira Distributech - Janeiro	Energia	93.104	57.099	36.005	2.130	33.875
7.2.5.2	Feira NRF Convention EUA - janeiro	Gestão	93.104	57.099	36.005	2.130	33.875
7.2.8.1	Feira Inforsecurity New York - setembro	Segurança	139.124	103.119	36.005	2.130	33.875
7.2.8.2	Feira RSA San Francisco - abril	Segurança	116.624	80.619	36.005	2.130	33.875
7.2.9.1	Feira Channel Partners - março	Telecom	93.104	57.099	36.005	2.130	33.875
7.2.10.1	Feira GC - Lyon - dezembro	Games	93.839	57.834	36.005	2.130	33.875
7.2.10.2	Feira Game Connection Leipzig - agosto	Games	93.839	57.834	36.005	2.130	33.875
7.2.11.1	Feira Gartner Outsourcing - abril	Outsourcing	71.304	29.799	41.505	2.130	39.375
7.2.13	Feira IT EXPO - outubro	Generalista	90.979	17.699	73.280	2.130	71.150
7.2.18	Feira SIMO - novembro	Generalista	193.298	104.284	89.014	2.130	86.884
7.2.21	Feira Internacional Cebit - Hannover - março	Generalista	20.034	20.034	0	0	0
			1.615.403	968.019	647.384	31.950	615.434
7.2.2.1	Projeto Comprador CIAB - junho	Finanças	162.230	112.800	49.430	2.130	47.300
7.2.3.2	Projeto Comprador - Educação - setembro	Educação	140.630	88.700	51.930	2.130	49.800
7.2.4.2	Projeto Comprador SENDI Recife - Agosto	Energia	129.710	77.780	51.930	2.130	49.800
7.2.6.3	Projeto Comprador - ONU - junho	Governo	162.230	112.800	49.430	2.130	47.300
7.2.7.2	Projeto Comprador - outubro	Saúde	129.710	77.780	51.930	2.130	49.800
7.2.9.2	Projeto Comprador FutureCom - outubro	Telecom	140.630	88.700	51.930	2.130	49.800
7.2.19	Projeto Comprador RIOINFO - agosto	Generalista	168.590	75.660	92.930	2.130	90.800
TOTAL			1.033.730	634.220	399.510	14.910	384.600
7.2.5.1	Projeto Vendedor EUA - Canais - maio	Gestão	135.321	99.316	36.005	2.130	33.875
7.2.7.1	Projeto Vendedor Colombia - março	Saúde	119.938	91.021	28.918	2.130	26.788
TOTAL			255.259	190.336	64.923	4.260	60.663
7.2.10.3	Missão Inglaterra/ França - novembro	Games	79.476	41.696	37.780	2.130	35.650
7.2.14	Missão Internacional no Japão à CEATEC	Generalista	44.844	0	44.844	2.130	42.714
7.2.15	Missão Internacional à China	Generalista	45.706	0	45.706	2.130	43.576
TOTAL			170.025	41.696	128.330	6.390	121.940
7.2.12	Eventos Multisetoriais APEX	Generalista	100.261	25.931	74.330	2.130	72.200
7.2.16	Brazilian Software and Services Companies Network Meeting	Generalista	49.844	34.724	15.120	0	15.120
TOTAL			150.105	60.655	89.450	2.130	87.320
7.2.1.1	Assinatura do Airclaims (Banco de dados de empresas low co	Aviação	25.200	0	25.200	0	25.200
7.2.1.2	Filiação à IATA	Aviação	12.600	0	12.600	0	12.600
7.2.6.1	Consultoria para Estruturação de Atendimento a RFP's	Governo	20.000	20.000	0	0	0
7.2.6.2	Assinatura em Revista Especializada	Governo	33.000	33.000	0	0	0
7.2.20	Novo Portfólio de Produtos Verticais PSV	-	88.400	74.000	14.400	0	14.400
7.2.17	Apoio de Exportação para MPE's da Paraíba atuantes no setor	-	146.000	134.000	12.000	0	12.000
TOTAL OUTRAS AÇÕES PROMOÇÃO COMERCIAL			325.200	261.000	64.200	0	64.200
7.4.1	Revisão e Manutenção do site do PSI SW	-	9.000	3.000	6.000	0	6.000
TOTAL ATIVIDADES DIVERSAS			9.000	3.000	6.000	0	6.000
7.1.1	Estudos e Pesquisas - Novos Mercados	-	74.520	63.000	11.520	11.520	0
7.1.2	Pesquisa sobre as exportações de software brasileiro	-	31.520	0	31.520	11.520	20.000
7.2.7.3	Consultoria de Estudo de Mercado - Texas	Saúde	61.520	50.000	11.520	11.520	0
TOTAL INTELIGENCIA COMERCIAL			167.560	113.000	54.560	34.560	20.000
7.5.	GESTÃO	-	451.275	25.000	426.275	393.930	32.345
TOTAL			451.275	25.000	426.275	393.930	32.345
7.3.	CAPACITAÇÃO	-	2.254.845	0	2.254.845	776.800	1.478.045
TOTAL			2.254.845	0	2.254.845	776.800	1.478.045
TOTAL			6.432.402	2.296.925	4.135.476	1.264.930	2.870.546

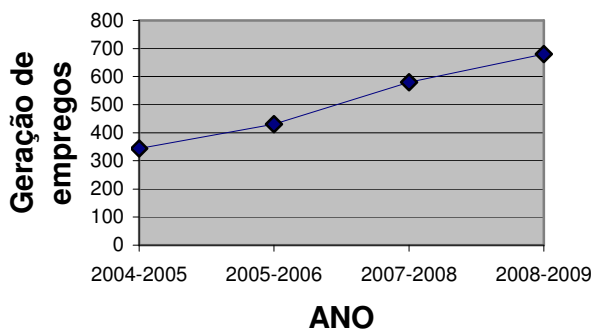
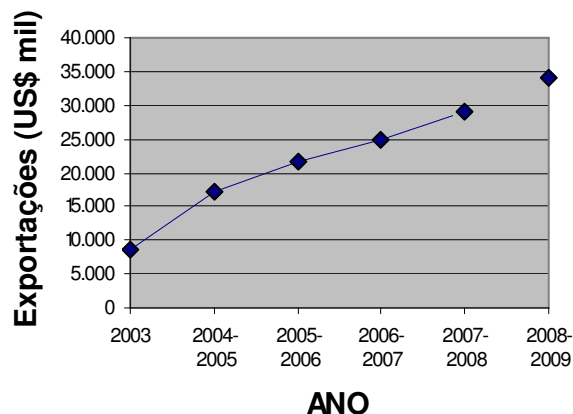
RESUMO EXECUTIVO		
	R\$	US\$
Valor Total do Projeto	12.335.568,36	5.874.080,17
Valor Total aplicado pela Apex	4.827.737,98	2.298.922,85
Valor Total aplicado pelos Proponentes	7.507.830,38	3.575.157,32
Valor Total por Empresa	189.777,97	90.370,46
Investimento Total por Empresa feito pela Apex	74.272,89	35.368,04
Investimento Total por Empresa feito pelo proponente e pelas empresas	115.505,08	55.002,42
Número de Empresas	65	
Taxa de Câmbio - Dolar	2,10	

ESTIMATIVAS DE EXPORTAÇÕES E EMPREGOS

ESTIMATIVA DE EXPORTAÇÕES PARA O PROJETO SOFTEX - APEX

Ano	Valor exportado (US\$ mil)
2003	8.600,00
2004-2005	17.200,00
2005-2006	21.500,00
2006-2007	25.000,00
2007-2008	29.000,00
2008-2009	34.000,00
Total em US\$ mil	135.300,00
Total em R\$ mil	297.660,00
Valor do dólar	2,20

Geração de empregos	Número de empregos
2004-2005	344,00
2005-2006	430,00
2007-2008	580,00
2008-2009	680,00
Valor do dólar	2,20
Faturamento / Empregado (R\$)	110.000,00



CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

DESEMBOLSO (R\$)	2007				2008			
	TOTAL				TOTAL			
	APEX				APEX			
CONTRAPARTIDA				CONTRAPARTIDA				
	1ª liberação		2ª liberação		3ª liberação		4ª liberação	
	APEX	CONTRA-PARTIDA	APEX	CONTRA-PARTIDA	APEX	CONTRA-PARTIDA	APEX	CONTRA-PARTIDA
	1.792.090	2.521.730	1.276.744	850.624	1.098.159	3.355.003	660.746	780.474
7.1. INTELIGÊNCIA COMERCIAL	63.000	43.040	63.000	0	0	43.040	0	0
7.1.1 Estudos e Pesquisas - Novos Mercados	63.000	11.520	63.000	0	0	11.520	0	0
7.1.2 Pesquisa sobre as exportações de software brasileiro	0	31.520	0	0	0	31.520	0	0
7.2 PROMOÇÃO COMERCIAL	1.567.090	493.590	1.185.744	850.624	1.098.159	624.843	660.746	780.474
7.2.1 PSV Aviação	110.334	0	138.768	79.360	0	77.480	80.934	39.680
7.2.2 PSV Bancos/Finanças	245.099	72.470	0	51.533	195.099	49.430	0	41.505
7.2.3 PSV Educação	132.199	76.005	131.933	36.005	57.099	70.685	88.700	51.930
7.2.4 PSV Energia Elétrica	154.316	11.520	57.099	36.005	77.780	36.005	0	51.930
7.2.5 PSV Gestão Empresarial	50.000	11.520	190.414	72.010	99.316	72.010	0	0
7.2.6 PSV Governo Eletrônico	159.260	49.430	33.000	0	132.800	49.430	0	0
7.2.7 PSV Saúde	205.516	57.525	38.441	21.138	141.021	40.438	77.780	51.930
7.2.8 PSV Segurança	80.619	67.355	103.119	36.005	80.619	36.005	103.119	36.005
7.2.9 PSV Telecomunicações	57.099	36.005	88.700	51.930	57.099	36.005	88.700	51.930
7.2.10 Grupo Empresarial de Games	57.834	0	57.834	79.360	57.834	0	99.530	109.790
7.2.11 Grupo Empresarial de Outsourcing	50.000	11.520	29.799	41.505	29.799	41.505	0	0
7.2.12 Eventos Multisetoriais APEX	25.931	74.330	25.931	0	0	74.330	0	0
7.2.13 Feira IT EXPO - outubro	0	0	17.699	73.280	0	0	17.699	73.280
7.2.14 Missão Internacional no Japão à CEATEC	0	0	0	44.844	0	0	0	44.844
7.2.15 Missão Internacional à China	0	0	0	45.706	0	0	0	45.706
7.2.16 Brazilian Software and Services Companies Network Meeting	34.724	14.910	34.724	0	0	15.120	0	0
7.2.17 Apoio de Exportação para MPE's da Paraíba atuantes no setor de TIC - Projeto Pbttech	128.500	11.000	134.000	0	0	12.000	0	0
7.2.18 Feira SIMO - novembro	0	0	104.284	89.014	0	0	104.284	89.014
7.2.19 Projeto Comprador RIOINFO - agosto	75.660	0	0	92.930	75.660	0	0	92.930
7.2.20 Novo Portfólio de Produtos Verticais PSV					74.000	14.400	0	0
7.2.21 Feira Internacional Cebit - Hannover - março					20.034	0	0	0
7.3. CAPACITAÇÃO	0	1.552.845	0	0	0	2.254.845	0	0
7.3.1 Capacitação em atendimento a RFP	0	33.785	0	0	0	33.785	0	0
7.3.2 Capacitação em novas tecnologias	0	180.000	0	0	0	180.000	0	0
7.3.3 Implantação de Sistemas da Qualidade	0	482.200	0	0	0	501.200	0	0
7.3.4 Melhoria de Processo do SW Brasileiro	0	456.000	0	0	0	684.000	0	0
7.3.5 Internacionalização e Localização	0	295.000	0	0	0	750.000	0	0
7.3.6 Capacitação dos Agentes Softex	0	45.860	0	0	0	45.860	0	0
7.3.7 Capacitação à Distância em Melh. Qual. Sw	0	60.000	0	0	0	60.000	0	0
7.4. ATIVIDADES DIVERSAS	137.000	47.800	3.000	0	0	6.000	0	0
7.4.1 Elaboração de planos de negócios para empresa comercial exportadora de sw e serviços	120.000	44.800	3.000	0	0	6.000	0	0
7.4.2 Desenvolvimento de site do PSI SW	17.000	3.000	0	0	0	0	0	0
7.5. GESTÃO	25.000	384.455	25.000	0	0	426.275	0	0

Cronograma de Eventos 2007

MÊS	EVENTOS 2007	PSV	Dias	Gerentes
Maio	7.2.2.3 Projeto Vendedor México - maio - (PSV Saúde e Finanças)	Finanças		G 1
Junho	7.2.3.3 Feira NECC - Atlanta - Junho	Educação	24 a 27	G 1
	7.2.2.1 Projeto Comprador CIAB - junho	Finanças	7 a 8	G 1
	7.2.8.2 Feira Gartner Security Summit Washington - junho	Segurança	4 a 6	G 2
	7.2.9.1 Feira NXT Comm - Chicago - junho	Telecom	18 a 21	G 2
Julho	7.2.1.1 Feira The Low Cost Air Transport Summit - junho	Aviação	23 a 25	G 1
Agosto	7.2.4.1 Projeto Vendedor México - agosto	Energia		G 2
	7.2.2.2 Feira Gartner Financial - agosto	Finanças	27 a 29	G 1
	7.2.6.3 Projeto Comprador - África do Sul	Governo		G 3
	7.2.10.2 Feira Game Connection Leipzig - agosto	Games	23 a 26	G 1
	7.2.19 Projeto Comprador RIOINFO - agosto	Generalista		GLÁUCIA
Setembro	7.2.1.2 Feira World Low Cost Airline Congress - Londres - setembro	Aviação	17 a 19	G 1
	7.2.8.1 Feira Inforsecurity New York - setembro	Segurança	11 a 22	G 2
Outubro	7.2.3.1 Feira T+L- Tennessee - outubro	Educação	17 a 19	G 1
	7.2.5.1 Projeto Vendedor - New York - outubro	Gestão		G 3
	7.2.5.3 Feira IT Channel Fall - USA - outubro	Gestão	20 a 24	G 3
	7.2.9.2 Projeto Comprador FutureCom - outubro	Telecom	1 a 4	G 2
	7.2.11.1 Feira Outsource World - New York - outubro	Outsourcing		G 3
	7.2.13 Feira IT EXPO - outubro	Generalista	7 a 12	GLÁUCIA
Novembro	7.2.7.1 Missão Chile - novembro	Saúde		G 2
	7.2.18 Feira SIMO - novembro	Generalista	6 a 11	GLÁUCIA
Dezembro	7.2.10.1 Feira GC - Lyon - dezembro	Games		G 1
	7.2.12 Eventos Multisetoriais APEX	Generalista		GLÁUCIA
	7.2.16 Brazilian Software and Services Companies Network Meeting	Generalista		GLÁUCIA

EVENTOS 2007	QUANTIDADE
Feira	14
Missão	1
Projeto Vendedor	3
Projeto Comprador	4
Total	22

No mês de agosto o evento Gartner Financial será acompanhado pelo G3; no mês de outubro a PSV Gestão irá realizar os 2 eventos um em seguida do outro; em outubro, o evento Outsource World será acompanhado pelo gerente com maior disponibilidade, em função da data.

Cronograma de Eventos 2008

MÊS	EVENTOS 2008	PSV	Dias	Gerentes
Janeiro	7.2.3.1 Feira BETT - Londres - Janeiro	Educação	10 a 13	G 1
	7.2.4.1 Feira Distributech - Janeiro	Energia	21 a 23	G 2
	7.2.5.2 Feira NRF Convention EUA - janeiro	Gestão	14 a 17	G 3
Fevereiro	7.2.1.3 Feira African Airports -Johannesburgo - fevereiro	Aviação		G 1
Março	7.2.2.1 Feira Internacional Cebit - Hannover - março	Generalista		GLÁUCIA
	7.2.7.1 Projeto Vendedor Colombia - março	Saúde		G 2
	7.2.9.1 Feira Channel Partners - março	Telecom		G 2
Abril	7.2.20 Novo Portfólio de Produtos Verticais PSV	Generalista		GLÁUCIA
	7.2.8.2 Feira RSA San Francisco - abril	Segurança		G 2
Maio	7.2.5.1 Projeto Vendedor EUA - Canais - maio	Gestão		G 3
Junho	7.2.3.3 Feira NECC - San Antonio - Junho	Educação		G 1
	7.2.2.1 Projeto Comprador CIAB - junho	Finanças		G 1
	7.2.6.3 Projeto Comprador - ONU - junho	Governo		G 3
Agosto	7.2.4.2 Projeto Comprador SENDI Recife - Agosto	Energia		G 2
	7.2.2.2 Feira Gartner Financial - agosto	Finanças		G 1
	7.2.10.2 Feira Game Connection Leipzig - agosto	Games		G 1
	7.2.19 Projeto Comprador RIOINFO - agosto	Generalista		GLÁUCIA
Setembro	7.2.1.4 Feira World Low Cost Airline Congress - Londres - setembro	Aviação		G 1
	7.2.3.2 Projeto Comprador - Educação - setembro	Educação		G 1
	7.2.8.1 Feira Inforsecurity New York - setembro	Segurança		G 2
Outubro	7.2.13 Feira IT EXPO - outubro	Generalista		GLÁUCIA
	7.2.11.1 Feira Gartner Outsourcing - abril	Outsourcing		G 3
	7.2.7.2 Projeto Comprador - outubro	Saúde		G 2
	7.2.9.2 Projeto Comprador FutureCom - outubro	Telecom		G 2
Novembro	7.2.10.3 Missão Inglaterra/ França - novembro	Games		G 1
	7.2.18 Feira SIMO - novembro	Generalista		GLÁUCIA
Dezembro	7.2.10.1 Feira GC - Lyon - dezembro	Games		G 1
	7.2.12 Eventos Multisetoriais APEX	Generalista		GLÁUCIA
	7.2.16 Brazilian Software and Services Companies Network Meeting	Generalista		GLÁUCIA

EVENTOS 2008	QUANTIDADE
Feira	16
Missão	1
Projeto Vendedor	2
Projeto Comprador	7
Total	26

Nos meses de março, junho, agosto, setembro e outubro os gerentes com 2 eventos previstos terão um deles acompanhado pelo gerente com maior disponibilidade.