

Expresso

9:00 | Terça-feira, 14 de Out de 2008

Tecnologia

Empresas portuguesas entram na Alta Tecnologia

Uma nova geração de empresas tecnológicas lusas está a trabalhar para melhorar a imagem de Portugal no mundo e a contribuir para uma mudança substancial no perfil das exportações.

João Ramos

Sabia que o Itaú, o maior banco do Brasil e da América Latina com 47 milhões de clientes, utiliza software "Made in Portugal" para gerir o seu gigantesco centro de contactos telefónicos? E que o alargamento a Leste do espaço de Schengen no final de 2007 só foi possível antecipar dois anos graças a um programa informático desenvolvido em Coimbra? Ou, ainda, que os sensores em fibra óptica que equipam o novo avião Airbus A380 e em breve dos satélites da ESA (Agência Espacial Europeia) são fabricados no nosso país? Pois é verdade, a Altitude Software, a Critical Software e a FiberSensing são três bons exemplos de uma mão-cheia de empresas portuguesas tecnológicas que estão a dar cartas a nível internacional.

São pequenas e médias organizações, geridas por jovens empreendedores, que não só estão a influir positivamente na melhoria da imagem de Portugal no mundo, como começam a ter um papel de relevo no perfil das nossas exportações. A tal ponto que contribuíram de forma decisiva, em conjunto com a actividade local de algumas multinacionais (por exemplo, AutoEuropa, Qimonda ou NokiaSiemens), para que em 2007 tivesse ocorrido um marco histórico na economia portuguesa: pela primeira vez a balança comercial tecnológica foi positiva. Ainda em 2001, segundo dados do Banco de Portugal, 44% das exportações nacionais ainda eram produtos tradicionais de "baixa tecnologia". Mas, em 2007, já tinham baixado para 35,6%, a favor de produtos e serviços mais "high-tech". O que fez com que a maquinaria passasse a ser a primeira rubrica das nossas exportações.

Para trás terão ficado décadas, para não dizer séculos, em que as nossas exportações não iam além dos produtos tradicionais ou de indústrias que tiravam partido da mão-de-obra barata e pouco qualificada. Até os moldes portugueses que entraram em crise devido à forte concorrência asiática estão a saber reagir apostando em serviços de maior valor acrescentado. Por isso, continuam a merecer a confiança de marcas como a Porsche, Swatch ou Nokia. "A nova geração de empresários portugueses tem uma nova atitude: apostam mais na inovação e concebem os seus projectos a pensar no mercado internacional", afirma Lino Fernandes, presidente da Agência de Inovação, salientando a modernização dos sectores tradicionais. "Apostam nas produções flexíveis para melhor poder competir com a concorrência asiática", refere.

Portugueses fãs da tecnologia.

Ao mesmo tempo, é justo assinalar que os portugueses têm vindo a revelar uma grande aceitação pelas novas tecnologias: temos uma das mais elevadas taxas de penetração de telemóveis do mundo (mais de 100%) e registamos um elevado índice de utilização (67% da população entre os 16 e os 74 anos) da rede Multibanco que, aliás, é reconhecida como das mais sofisticadas do mundo. Só assim é possível que 34% dos portugueses realizem pagamentos ao Estado por Multibanco e que 76% dos carregamentos dos telemóveis também sejam feitos nas caixas da SIBS.

E Portugal também tem sido palco de inovações que são "premières" mundiais. Foi no nosso país que surgiram em meados dos anos 1990 as primeiras portagens electrónicas do mundo nas auto-estradas (Via Verde) e que foram inventados os telemóveis pré-pagos (o Mimo da TMN), uma inovação tipo "ovo de Colombo" que se tornaria a grande responsável pela explosão das comunicações móveis em todo o mundo.

Também será justo dizer que a classe política dá sinais de acreditar na modernização tecnológica da economia portuguesa. Além de ter lançado o Plano Tecnológico e de ter feito acordos de colaboração estratégica com algumas das melhores universidades norte-americanas (MIT, CMU e Austin), tem tido alguns gestos simbólicos pró-Portugal "high-tech" imensáveis há poucos anos. Foi assim que o Presidente da República, Cavaco Silva, durante a última visita oficial a



Uma empresa com fibra. Sérgio Aniceto, presidente da Fibersensing, tem solicitações dos quatros cantos do mundo para fornecer uma fibra óptica especial que permite obter dados sobre temperatura, deslocamentos ou vibrações de pontes, satélites ou aviões



Actuar como multinacional. Para Gastão Taveira, presidente-executivo da Altitude, ter a sede em Portugal não é inconveniente

Espanha, ofereceu ao rei Juan Carlos um GPS (sistema de navegação por satélite) criado pela NDrive.

Além da NDrive, há outras empresas tecnológicas que já não têm vergonha de afirmar a sua origem portuguesa. Arregaçaram as mangas, colocaram fasquias elevadas e partiram à conquista do mundo. Comportam-se como verdadeiras multinacionais - a língua interna é o inglês - e ocupam nichos emergentes (disputar mercados aos gigantes mundiais como a Microsoft seria um suicídio).

Na biotecnologia também estão a surgir nomes como a Biotecnol, Alfama ou Bial que começam a ter os frutos dos longos anos de investigação e desenvolvimento que esta área do conhecimento requer. E já estão debaixo de olho das grandes farmacêuticas mundiais. Por exemplo, a Biotecnol produziu recentemente a primeira vacina do mundo contra a diarreia.

Com a banalização da Internet e a globalização, o posicionamento periférico e a reduzida dimensão do mercado interno deixaram de servir de desculpa. "Portugal precisa de acelerar uma agenda de excelência centrada nos casos de sucesso ligados à Inovação e Tecnologia", afirma Jaime Quesado, gestor do Programa Operacional Sociedade do Conhecimento. E acrescenta ser necessário "envolver de forma activa a rede de talentos espalhada pelo mundo na captação de investimento estrangeiro de alto valor acrescentado e na promoção de uma imagem de eficiência e modernidade do país".

Terá sido como resultado desta melhoria de imagem que três estrelas nacionais da tecnologia foram compradas nos últimos dois anos: a Enabler (especialista em sistemas de gestão de cadeias de hipermercados), pelos indianos da Wipro, a Chipidea (especialista no desenho de circuitos analógicos), pelos americanos da MIPS, e até a Mobicomp (aplicações para telemóvel), que foi adquirida recentemente pela Microsoft. E que a Vulcano foi detectada pelo radar da Bosch, o que levou a que a marca alemã colocasse em Portugal o seu centro de competência em esquentadores.

Das empresas que continuam em mãos portuguesas, a mais antiga (nasceu em 1992) e a mais internacional é a Alitude Software. Já vendeu o seu software de gestão de centros de contacto em mais de 60 países dos quatro continentes e tem escritórios de representação em 18 países. Para Gastão Taveira, presidente-executivo da Alitude, o segredo do sucesso está em ter adoptado procedimentos típicos de uma multinacional. "A produção do software está centralizada em Lisboa e está padronizada, mas a comercialização está descentralizada pela rede escritórios e distribuidores em cada mercado", explica. Para este executivo, ter a sede em Portugal acaba por não ser inconveniente porque o suporte aos clientes internacionais é feita remotamente (através da Internet).



Programas informáticos à prova de bala. Gonçalo Quadros, da Critical Software, diz que a exigência é a chave do sucesso para ganhar a NASA

Por sua vez, a FiberSensing, uma pequena empresa (20 colaboradores) com sede no Porto, está a dar cartas a nível mundial na nova geração de sensores em fibra óptica que permitem fazer medições de alta precisão. Não foi por acaso que passou nos rigorosos ensaios e certificações das exigentes indústrias aeronáutica (Airbus) e espacial (ESA). "A nível mundial só existe uma dezena de empresas com esta tecnologia", afirma Sérgio Aniceto, presidente-executivo da FiberSensing, adiantando que, após um período em que foi preciso "evangelizar o mercado", esta tecnologia desenvolvida pelos investigadores portugueses já está a ser procurada por empresas de todo o mundo. "Recentemente, fomos contactados por empresas de Taiwan e da Coreia a quem iremos vender os nossos produtos", exemplifica Sérgio Aniceto. O segredo do sucesso tem residido em dominar uma tecnologia de ponta, antecipar as necessidades dos clientes e em estar uns passos à frente da concorrência.

Grande valor simbólico para a auto-estima do Portugal "high-tech" tem também o recente fornecimento de sistemas biométricos de controlo de fronteiras para o aeroporto da capital da Finlândia (Helsínquia) que foram criados e desenvolvidos pela Vision-Box. Isto prova que Portugal, afinal, também pode exportar tecnologia para o país da Nokia. Mas há mais empresas nacionais com um pé em Portugal e outro no mundo. A WeDo Technologies, fundada em 2001 pela Sonaecom, está em 40 países e em mais de 60 operadores de telecomunicações com o software "Revenue Assurance" (gere a garantia de receitas de grande empresas de serviços). Já a YDreams está a colocar Portugal no mapa mundial da indústria dos jogos para telemóvel (e não só). E está atacar mercados sofisticados (EUA) com conceitos inovadores no campo dos "media" digitais e interactivos.

Outro nome incontornável das tecnológicas nacionais é a Critical Software. Além de equipar as fronteiras europeias do espaço Schengen, celebrou contratos com os gigantes do aeroespacial NASA e ESA a quem fornece programas informáticos à "prova de bala". Para Gonçalo Quadros, o presidente-executivo da empresa de Coimbra, grande parte do êxito resulta da adopção da chamada "tecnologia em duplo-uso". "São soluções desenvolvidas para os mercados com requisitos mais exigentes que depois são colocadas nos mercados 'civis'", explica Gonçalo Quadros. As taxas de crescimento de dois dígitos por ano têm sido mantidas ano após ano porque, segundo o mesmo dirigente, a empresa aposta em mercados cujas barreiras à entrada são grandes (por exemplo, NASA ou ESA). "A geração de mais valor está na proporção directa dessa dificuldade de penetração", sustenta Gonçalo Quadros.



Bater o pé aos gigantes do software.

Outsystems é outro nome que é preciso reter. É considerada uma das mais promissoras empresas europeias de software, segundo a revista "Forbes". Porquê? Construiu uma plataforma que encurta de forma considerável o tempo de criação de programas informáticos em relação aos métodos tradicionais. Para Paulo Rosado, fundador e administrador da empresa, um dos segredos do sucesso tem sido a colocação da fasquia muito alta. "Temos de ser os melhores do mundo e não apenas os melhores de Portugal". Só assim foi possível ganhar recentemente um contrato com a Safeway, a segunda maior cadeia de supermercados dos Estados Unidos. Mas para lutar em pé de igualdade com os gigantes do software, Paulo Rosado diz "ser paranóico com a inovação, a qualidade e o cumprimento dos prazos de entrega dos produtos".

Paulo Rosado, da Outsystems, diz que é preciso ser paranóico com a inovação, qualidade e prazos

A Tim w.e. é outro nome desta nova vaga, embora menos conhecido. Tem vindo a ocupar um espaço vago na distribuição de conteúdos para telemóveis a nível mundial. Tem como clientes operadores em 60 países onde conta com mais de seis milhões de clientes activos e está também a explorar o terreno quase virgem da publicidade nos terminais móveis.

Outros casos de empresas que souberam saltar fronteiras com sucesso podiam ser referidos. Desde a Number Five, nos cartões de auto-identificação, passando pela Primavera (software de gestão) e Novabase (que fabrica caixas descodificadoras de TV e fornece software e serviços em vários pontos do mundo) até à Siscog (que planeia os recursos humanos das redes de caminhos-de-ferro). Todas formam uma vaga em crescendo que só parará de aumentar se começarem a faltar recursos humanos qualificados. O talento português está na rua, é só saber aproveitá-lo...

Texto publicado na Única da edição do Expresso de 11 de Outubro de 2008