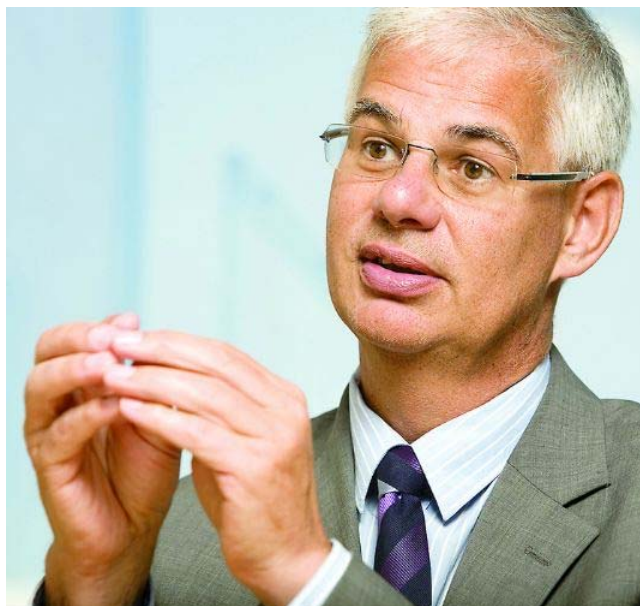


## Brasil ganha destaque na estratégia da Lógica

*Bruna Cortez*

*Companhia planeja exportar serviços de TI no País.*



*Andy Green, executivo-chefe da Logica: "Esperamos dobrar o tamanho da divisão brasileira nos próximos três anos"*

As atuais instalações da Logica no Brasil ganharam este mês a primeira visita de Andy Green, executivo-chefe da companhia inglesa especializada na prestação de serviços de tecnologia da informação (TI). Apesar de já ter vindo ao país em outras quatro ocasiões, Green ainda não conhecia o novo escritório da companhia em São Paulo. A mudança para um espaço maior, no ano passado, forneceu uma pista do aumento da importância do Brasil na operação global da companhia britânica.

Presente no país há 12 anos, a Logica planeja estabelecer no Brasil uma nova base para exportação de serviços de TI, tal como já faz em países como Índia, Marrocos e Filipinas. É o chamado "offshore", a prestação de serviços a partir de localidades com custos relativamente mais baixos.

"Estivemos negociando com uma companhia americana a possibilidade de usar a operação brasileira como uma plataforma offshore", disse Green, sem revelar o nome do cliente. O executivo falou com exclusividade ao Valor em sua passagem por São Paulo.

A despeito do interesse em usar o Brasil como uma de suas bases para exportação de serviços, o mercado doméstico também está no centro da estratégia da Logica. "A média mundial de crescimento do mercado de TI é 5%, enquanto no Brasil chega a 10%. O mercado local tem muitas oportunidades de negócios", afirma o executivo. "Dentre os países emergentes, estamos muito focados no Brasil".

Com um centro de dados instalado em Mogi das Cruzes, na Grande São Paulo, e um escritório central na capital paulista, a divisão brasileira da Logica tem 600 funcionários. Desse total, cem pessoas foram contratadas somente em 2011. "Esperamos um crescimento de 25% da operação brasileira neste ano", diz Green. Sua expectativa é dobrar o tamanho do negócio em três anos.

O executivo admite, entretanto, que o Brasil ainda tem uma participação pequena na operação global da companhia. Apesar disso, o ritmo de crescimento é acelerado e trata-se de um mercado no qual a Logica quer se tornar "muito maior", afirma ele.

A Logica soma em todo o mundo, aproximadamente, 41 mil funcionários. O faturamento da companhia em 2010 chegou a US\$ 5,89 bilhões. Apesar de vigorosa, a empresa enfrenta em

escala global a concorrência de gigantes como a IBM, Accenture, HP e a indiana Tata Consultancy Services (TCS).

Para crescer no Brasil, além das grandes multinacionais, a Logica também tem de encarar rivais como Tivit e Stefanini - ambas voltadas exclusivamente para oferta de serviços de TI. Para avançar sobre os concorrentes, a companhia inglesa tem procurado ampliar a participação em segmentos onde sua presença ainda é mais tímida. "Além de consolidar a nossa participação na área de serviços de utilidade pública (como energia), também estamos focando outros setores, como finanças, manufatura e telecomunicações", disse Green.

A experiência global da companhia - fundada há 42 anos e com presença destacada no mercado europeu, que representa aproximadamente 90% de seu negócio - tem sido o maior trunfo para conquistar clientes em novos segmentos. Atualmente, a divisão brasileira da Logica tem três clientes na área financeira e conseguiu, recentemente, a primeira companhia no setor industrial e em telecomunicação.

Uma das grandes tendências mundiais do mercado de tecnologia da informação, a computação em nuvem também tem conquistado importância na estratégia global da Logica. Esse é o modelo pelo qual os softwares são acessados via internet e cobrados como serviço, sem a necessidade do pagamento de licença. Com o recurso, programas e arquivos, que antes ficavam instalados em computadores no escritório, agora ficam armazenados em um centro de dados e são acessados via web.

"Estamos mostrando para os nossos clientes que a computação em nuvem não traz apenas uma redução de custos, mas também agilidade e rapidez para que eles consigam aplicar novos serviços", explica o executivo.

**Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 24 out. 2011, Empresas, p. B2.**