

«PROCURAMOS CRIAR RELAÇÕES DURADOURAS COM OS NOSSOS CLIENTES»

A Additive Tecnologia, empresa portuguesa com filial em Fortaleza, que fornece soluções informáticas empresariais, chegou para vencer. Miguel Costa-Manso, administrador da empresa e ainda diretor do pelouro da Tecnologia e Inovação da Câmara do Comércio Brasil-Portugal do Ceará, dá a conhecer um pouco das estratégias da Additive tanto em Portugal como no Brasil.

Por *Silvia Guimarães*

LifeIn – Como e quando nasceu a Additive?

Miguel Costa-Manso – A Additive Tecnologia nasce em 2006 fruto do *spin off* do departamento de Tecnologia de Informação (TI) da multinacional americana McCann Erickson.

LI – A Additive Tecnologia define-se como «um dos principais fornecedores de soluções informáticas empresariais». A que se dedica em concreto?

MCM – A Additive Tecnologia é uma empresa especializada em assistência técnica informática *Windows*, *Macintosh* e *Linux* com competências totais em todas as áreas das tecnologias de informação.

A nossa estratégia, desde o início, passou sempre por procurar criar relações duradouras com os nossos clientes. Exemplo disto é o nosso serviço Additive Total System (ATS). Trata-se de um contrato de manutenção total

onde todo o parque tecnológico do cliente é gerido pela Additive. Na prática funciona como um departamento informático em *outsourcing*. Torna-se ilimitado, porque não existe qualquer limite de horas; é acessível com preços muito abaixo do mercado; é pró-ativo

telefone e outros; e ainda é eficaz e eficiente devido ao sistema de acesso remoto, em que a maior parte dos problemas são resolvidos sem ser necessário recorrer à deslocação física de um técnico, com um tempo médio de resposta de 15 minutos.

«Ao assumirmos a gestão total do parque tecnológico dos nossos clientes, o objetivo passa por garantir que, a cada momento, o cliente conta com as melhores soluções possíveis, que garantam o máximo de estabilidade e confiança».

porque inclui *upgrades* e/ou atualizações constantes de *software*, aconselhamento e consultoria sobre contratos de fornecimento de serviços de Internet,

LI – Quais são as vossas principais preocupações perante os clientes? Pode avançar com alguns nomes?

MCM – Ao assumirmos a gestão total



Foto: Marina Vieira da Silva

do parque tecnológico dos nossos clientes, o objetivo passa por garantir que, a cada momento, o cliente conta com as melhores soluções possíveis, que garantam o máximo de estabilidade e confiança.

Ao assumirmos a responsabilidade por toda a área de TI do cliente, procuramos que este se concentre apenas no essencial: o seu negócio.

A nossa aposta inicial passava, fruto da experiência no setor, por trabalhar com agências de publicidade e media. Ainda hoje são uma significativa parte da nossa carteira mas, felizmente, as solicitações de outras áreas de negócio têm surgido e já contamos com clientes das mais diversas áreas.

LI – Pode avançar com alguns nomes de clientes?

MCM – É uma tarefa sempre ingrata, mas podemos indicar o Grupo Espírito Santo, as oficinas Midas, a Mundicenter, a MALOCLINIC,

a agência de publicidade McCann Erickson, os cinemas NLC e as *software houses* BOND e CPI.

O Brasil é a primeira aposta além fronteiras

LI – Na vossa estratégia de internacionalização, o Brasil foi a primeira aposta. Porquê?

MCM – Por um vasto conjunto de fatores. A evolução económica do país, o acreditar nas mais-valias que o modelo de negócio da Additive traria ao mercado brasileiro, o apoio incondicional do AICEP e o incentivo da Câmara do Comércio Brasil-Portugal do Ceará.

LI – O Miguel é diretor do pelouro da Tecnologia e Inovação da Câmara do Comércio Brasil-Portugal do Ceará. Foi esta sua ligação que o fez querer avançar para o Brasil?

MCM – Sem dúvida. Não me canso de reforçar o papel fundamental que

Perfil

Nome: Miguel Costa-Manso

Idade: 36

Formação: Lic. Informática de Gestão

Estado civil: Casado

Filhos/idades: Mariana (12) e Alexandre (6)

Hobbies: Ténis e náutica de recreio

Filme: Ação, muita ação

Música: Atualmente, talvez, "Whenever" dos Black Eyed Peas

Prato favorito: Arroz de marisco (no Tobias no Carvalhal)

Destino: Dois destinos: a praia de Jericoacoara, no Brasil, que considera uma das mais belas, e Tróia, em Portugal, onde diz passar praticamente todo o Verão a navegar entre o estuário do Rio Sado e o Oceano Atlântico.

Um sonho: Conseguir ter três meses de férias para navegar no Mediterrâneo.



Foto: Marina Vieira da Silva

a Câmara Brasil-Portugal do Ceará tem tido no apoio às empresas portuguesas que pretendem internacionalizar os seus negócios.

LI – Decidiram fixar-se em Fortaleza, no Ceará, ou este é apenas o ponto de partida da Additive para progredir no Brasil?

MCM – Na análise feita ao mercado brasileiro, Fortaleza apresentou um conjunto de características que a tornaram particularmente apetecível. A maior proximidade a Portugal face a outras zonas do Brasil, os voos diretos diários, o apoio constante da Câmara do Comércio Brasil-Portugal do Ceará, a presença de empresas portuguesas e a falta de concorrentes com um modelo de negócio semelhante ao da Additive foram alguns deles.

Mais de dois anos após o início da atividade, o modelo de negócio está

adaptado à realidade brasileira, assim como a estrutura e a carteira de clientes estão estáveis. Isto permite-nos começar a olhar para outros mercados.

LI – Já sabem qual será o próximo passo em terras de Vera Cruz?

MCM – Há mercados que, visto terem características semelhantes ao de Fortaleza, são particularmente interessantes.

Aposta ganha

LI – Como está a correr esta vossa aposta? Ultrapassa as expectativas ou está ainda um pouco aquém do esperado?

MCM – Podemos dizer que superou expectativas. E acreditamos que o sucesso da operação em Fortaleza nos permitirá uma curva de aprendizagem menor numa futura entrada noutros mercados do Brasil.

LI – Quais os principais desafios com que se depararam quando quiseram entrar no Brasil?

MCM – Para além de todas as dificuldades inerentes a iniciar um novo negócio, poderíamos destacar a complexidade dos sistemas fiscais brasileiro e do Estado do Ceará.

LI – Qual tem sido a estratégia de implementação aplicada?

MCM – A estratégia acaba por não divergir muito do modelo português. Desta forma, passa por uma procura constante de *new business*, um esforço diário para garantir a satisfação dos atuais clientes e manter a estrutura de custos o mais ligeira possível.

LI – Quais considera serem as principais diferenças entre o cliente português e o brasileiro?

MCM – Posso tentar responder-lhe quais as diferenças entre o cliente português e o cliente cearense. A nível humano diria que em Fortaleza se valoriza muito mais a relação de proximidade com o parceiro de negócios. Fruto da evolução económica do país, é um cliente cada vez mais exigente a nível de soluções técnicas e muito interessado nas novas tecnologias.

Additive Brasil fatura 350 mil euros em 2011

LI – Qual é a taxa de faturação da Additive no Brasil? Como tem sido o progresso e como esperam encerrar 2011?

MCM – Para 2011 prevemos faturar aproximadamente 850 mil reais (350,4 mil euros). Este valor representa uma evolução de 25% face ao ano anterior.

LI – Pode dizer-se que o Brasil é já uma aposta ganha? É um país de grande potencial nesta área?

MCM – Podemos dizer que a operação brasileira da Additive tem vindo a ganhar uma importância cada vez maior dentro do grupo.

Para além do aumento da faturação, que acaba por ser o indicador mais imediato, a Additive Brasil tem sido fundamental para a projeção do grupo e até para abrir



Foto: Marina Vieira da Silva

Paulo Bernardo Gonçalves, Nuno Paulo Vaz e Miguel Costa-Manso.

novas portas em Portugal. Já ganhámos clientes em Portugal fruto da relação entre a Additive Brasil e as filiais brasileiras desses clientes.

LI – Embora a crise mundial seja um facto, o Brasil está numa excelente fase económica. O que mais tem sentido, uma retração por parte dos clientes ou, pelo contrário, uma aposta mais confiante devido ao bom momento que o país atravessa?

MCM – Diria que a crise se sente mais nos clientes portugueses a operar em Fortaleza ou em clientes brasileiros que estejam muito dependentes de investimento europeu. Recentemente identificámos, através do *feedback* de clientes brasileiros ligados à construção, um ligeiro abrandamento no setor.

LI – Mas, para conseguirem atender da melhor forma aos vossos clientes,

contam com uma vasta equipa de técnicos tanto em Portugal como no Brasil?

MCM – A equipa técnica da Additive Brasil é significativamente mais pequena. Procuramos sim criar sinergias entre as duas equipas. Várias intervenções em clientes brasileiros são feitas, remotamente, por técnicos da equipa portuguesa. O objetivo futuro passa cada vez mais por ter uma equipa pronta para responder às solicitações de todos os clientes, estejam eles em Lisboa, Fortaleza ou onde quer que seja.

LI – O que gostaria de dizer a outros empresários que estejam a pensar investir no Brasil?

MCM – O primeiro passo será mesmo desmistificar a ideia do Brasil como um todo. Pela sua enorme dimensão, deve ser entendido como um conjunto de realidades muito diferentes entre si.

Dito isto, deverão começar por estudar aprofundadamente os diferentes mercados brasileiros e, tendo em conta as

«A operação brasileira da Additive tem vindo a ganhar uma importância cada vez maior dentro do grupo.»

caraterísticas e os objetivos de cada empresa, identificar qual ou quais os mais interessantes.

Não vão sozinhos, apoiem-se nas diversas Câmaras de Comércio Brasil-Portugal espalhadas pelo país. •