

<b>Expresso</b> Economia 25-10-2008	Periodicidade:	<b>Semanal</b>	Temática:	<b>Tecnologia</b>
	Classe:	<b>Informação Geral</b>	Dimensão:	<b>581 cm<sup>2</sup></b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>S/Cor</b>
	Tiragem:	<b>167000</b>	Página (s):	<b>34</b>

... presidente da SAP para a Europa, Médio Oriente e África

# “Há falta de iniciativa em Portugal”

Responsável por 53% da facturação global da SAP — que em 2007 atingiu os 6,6 mil milhões de euros em 120 países —, José Duarte é um dos executivos-chave para o sucesso comercial da multinacional alemã de software. Ocupa há poucos meses a influente posição de presidente executivo para a Europa, Médio Oriente e África e revela que já tem sido assediado por responsáveis de alguns países, propondo à SAP a realização de investimentos. Por isso, sente alguma tristeza por nenhuma proposta ter chegado de Portugal. “Se

houver iniciativa, tenho a porta aberta”, afirma José Duarte.

**Como é que a SAP procura continuar a crescer nos mercados mais maduros, onde se inclui o português?**

■ Nos mercados emergentes ainda são os ERP (software de gestão empresarial) que puxam pela facturação, enquanto nos mercados maduros, como a Alemanha ou Portugal, o crescimento faz-se por franjas do mercado (por exemplo, gestão de «compliance», «business intelligence», soluções verticais, gestão de desempenho, entre ou-

tras). O que a SAP fez há dez anos foi diversificar.

**Deixou de ser uma empresa de monoproduto para grandes empresas...**

■ Sim, hoje temos perto de 1500 produtos na lista de preços e uma oferta que se estende às empresas médias e pequenas. A compra da Business Objects contribuiu muito para aumentar o nosso portefólio.

**Um dos vossos principais concorrentes (Oracle) tem feito aquisições para conseguir estar na vanguarda tecnológica. Para**

**a SAP, o crescimento orgânico continua a ser o caminho?**

■ Temos duas maneiras diferentes de estar na vida. Eles gostam de falar e nós gostamos mais de fazer. Nós também compramos a Business Objects, que foi a terceira maior aquisição de sempre da indústria de software (7 mil milhões de dólares). Para nós, não é uma questão religiosa comprar ou desenvolver internamente, mas não vamos comprar onde já somos competentes.

**Os concorrentes vão às compras porque são incompetentes a desenvolver?**



“Em tempo de crise, as tecnologias de informação garantem competitividade”, diz José Duarte



<b>Expresso</b> Economia 25-10-2008	Periodicidade:	<b>Semanal</b>	Temática:	<b>Tecnologia</b>
	Classe:	<b>Informação Geral</b>	Dimensão:	<b>581 cm<sup>2</sup></b>
	Âmbito:	<b>Nacional</b>	Imagem:	<b>S/Cor</b>
	Tiragem:	<b>167000</b>	Página (s):	<b>34</b>

Exactamente. A prova está que nós ganhámos mercado e eles perderam. Em 2007, todos os produtos da SAP estavam convertidos para a tecnologia orientada a serviços. Assim, os nossos clientes não precisam de mudar de arquitectura nos próximos dez anos. Ao invés, esse concorrente que refere chegou a transmitir que quer fundir os produtos comprados e criar um novo. Depois mudou de ideias e sugeriu que ia 'matar' alguns produtos, mas os clientes visados manifestaram-se contra. Voltou atrás e decidiu criar uma camada de «middleware» que vai colocar os produtos a 'falar' uns com os outros. É como colocar ar condicionado e estofos num carro de modelo antigo. Mas continua a não ter uma agenda para as novas versões...

#### A crise financeira terá impacto no negócio da SAP?

❑ Não somos imunes ao que se passa no mercado, que está muito nervoso, tanto nos EUA co-

mo agora na Europa. Temos defendido junto dos nossos clientes que as tecnologias de informação são fundamentais para a competitividade e para a diferenciação. Quando me encontro com os CIO (directores de informática) ou os CFO (directores financeiros), os temas obrigatórios são a eficiência e o «compliance» (conformidade) com questões ambientais ou regulatórias. É que se estes quadros fazem um disparate estão na rua ou na prisão.

#### Qual a vantagem da SAP?

❑ Temos sistemas de informação unificados e integrados. Isto permite responder a outras preocupações actuais: a retenção do talento, a capacidade em crescer por aquisições e em fazer reestruturações. E contribui para o esforço de inovação, porque as empresas têm de se diferenciar para sobreviverem.

#### Com o aparecimento dos conceitos de «software como servi-

ço» e «cloud computing», os clientes da SAP vão continuar a querer ter a infra-estrutura em casa ou vão evoluir para ter a informação algures na rede?

❑ Falo com muitos clientes ao mais alto nível, e a última coisa que eles querem é a disrupção no negócio. Querem capacidade de evolução, opção de escolha e disponibilidade em qualquer momento. Mas há um mercado para o «software as a service». É mais uma opção, e isso é bom para os clientes. O mundo não é preto ou branco. Por isso, jogamos em todos os tabuleiros.

#### Vai continuar a haver espaço para os actores locais?

❑ Afirmativo. Têm vantagens e desvantagens em relação às empresas globais. Dificilmente os fornecedores locais poderão ser tão sofisticados e fiáveis, mas terão mais sensibilidade para algumas especificidades. Mas quando uma empresa quer internacionalizar-se deve ter um fornecedor global.

Portugal tem competências em tecnologia SAP exportáveis. Para quando um centro de inovação no nosso país?

❑ Não somos menos que os outros. Mas para isso é preciso iniciativa. O mundo inteiro está sedento para capturar estes investimentos. Cabe-nos a nós, portugueses, pegar na mala e ir vender o país. Temos bom clima e pessoas que falam vários idiomas (só temos paralelo com os belgas ou holandeses), mas não capitalizamos o suficiente. A falta de iniciativa deixa-me triste. Desde que estou nesta posição, já fui contactado por alguns responsáveis de alguns países propondo investimentos. De Portugal, zero. Pessoalmente, tenho de fazer o meu trabalho com isenção. Não me cabe tomar a iniciativa e dizer que um determinado investimento da SAP seja em Portugal. Mas continuo a gostar do meu país. Se houver iniciativa, tenho a porta aberta para estudar propostas.

JOÃO RAMOS

jramos@expresso.pt

## O dia-a-dia de um gestor global

“Sou um bicho de rua”, afirma José Duarte, referindo-se ao facto de passar em média quatro dias na semana a viajar, em visita a clientes e subsidiárias. Por isso, agendar a entrevista com o gestor

português não foi tarefa fácil. Acabou por acontecer na semana passada em Paris, na sede da SAP EMEA, após José Duarte ter terminado uma videoconferência de 8 horas com a subsidiária russa em que foram discutidos negócios no Cazaquistão e no Uzebequistão. “Tanto interajo com clientes que representam dezenas ou centenas de milhões de euros como com aqueles que compram 50 mil”,

refere o presidente executivo (CEO) para a região EMEA (Europa, Médio Oriente e África) da SAP. Um estilo avesso ao trabalho de gabinete que já tinha posto em prática com bons resultados quando foi responsável pelo negócio da SAP na América Latina. No seu dia-a-dia, José Duarte tanto executa o planeamento estratégico da SAP EMEA para os próximos anos, como

faz a própria negociação com o cliente. E também pode ser chamado a abrir novas operações. Na prática, o gestor português tem a seu cargo a responsabilidade de relacionamento com os clientes, desde a prospecção, venda, até ao suporte pós-venda (incluindo consultoria e educação). José Duarte, que estará na próxima semana em Lisboa para participar no SAP

Business Forum (evento anual da subsidiária portuguesa), tem assim que gerir realidades muito diferentes em termos de maturidade e dimensão. “É uma região muito complexa, mas interessante de gerir, porque tem desde o mercado mais maduro como a Alemanha até aos emergentes do Leste europeu ou Médio Oriente, que em alguns casos crescem dois dígitos por ano”.