

ENTREVISTA

| B.S. PRAKASH, EMBAIXADOR DA ÍNDIA NO BRASIL

A maior democracia do mundo

Eleitorado de 714 milhões de pessoas e perfeito equilíbrio entre poderes garantem o regime

Lincoln Martins

Casado com Ratna – uma ex-oficial do governo indiano –, duas filhas, o embaixador da Índia no Brasil, B.S. Prakash, tem interesses além da diplomacia, como filosofia, literatura, música clássica e golfe. Em entrevista a este caderno especial, Prakash sugere que empresários brasileiros com interesses em negócios na Índia conheçam o país e seu gigantesco mercado interno, motor do notável crescimento indiano. Ele destaca, entre outros, o mercado de telefonia celular, que é o que mais cresce no mundo.

Importante nação do BRIC, a República da Índia representa um enorme mercado interno consumidor, capaz de atrair a atenção de grandes corporações e governos interessados em ampliar suas áreas de investimentos e de realização de negócios. No entanto, apesar de todo o seu potencial, por que a Índia importa tão pouco do Brasil?

– Mas as exportações brasileiras para a Índia estão aumentando, apesar de você ter dito que ainda são poucas, se comparadas com outros grandes importadores do Brasil. As razões são as seguintes: primeiro, a Índia não é um grande importador ou consumidor de produtos agrícolas, como carne, soja etc., áreas em que o Brasil é altamente competitivo. Segundo, o Brasil está pronto para explorar agressivamente as oportunidades de investimento na Índia nos setores de energia, infraestrutura e rede varejista, onde o país pode ter um ótimo desempenho. Mas ainda precisa conhecer o mercado indiano e es-

tabelecer parcerias. E, terceiro, somente agora estamos descobrindo um ao outro e ainda não temos os contatos e comunicações, incluindo integrações de transporte, que são necessárias para o rápido crescimento dos negócios.

O que os brasileiros podem fazer para vender mais ao mercado indiano?

– Em poucas palavras, visitar a Índia com mais frequência e estabelecer parcerias. A Índia é um grande mercado, mas os executivos brasileiros precisam explorá-lo.

Como é a Índia moderna? O retrato da sociedade indiana que se vê nas novelas e em alguns filmes é verdadeiro e atual?

– A Índia é um país de imensa diversidade e mobilidade. Ela está mudando rapidamente, e essa mudança é a realidade principal. Por exemplo, tínhamos um sistema de telecomunicações terrível, com as pessoas esperando meses por uma linha telefônica, mas hoje somos o mercado de telefones celulares que mais cresce no mundo. Como mostram as telenovelas, somos um país com tradições, com muitos costumes exóticos. Tudo que é mostrado em uma novela, portanto, é real em um segmento ou outro da sociedade indiana. Ao mesmo tempo, temos segmentos muito modernos e ocidentalizados, e somos verdadeiramente globais. Eu diria que a sociedade indiana ainda tem muitas complexidades e contradições que impedem uma fácil categorização. A sociedade indiana, sem dúvida, está arraigada em suas tradições, mas olhando firmemente para o futuro.

Divulgação

>> Perfil

B.S. Prakash

No Brasil desde agosto do ano passado, foi cônsul geral da Índia – com grau de embaixador – em São Francisco (EUA). Graduado em Física, é mestre em Relações Internacionais e foi membro honorário de conselho do Programa de Política Externa dos EUA na Universidade de Maryland (1991). Serviu em embaixadas na Alemanha, Arábia Saudita e Áustria, em diversos âmbitos. Foi chefe de divisão que atuava com a ONU.

“
Nosso setor bancário não foi afetado (pela crise), pois não é totalmente vinculado ao Ocidente. O mercado interno é o motor do crescimento

Como é a democracia na Índia?

– Somos a maior democracia do mundo, com mais de 700 milhões de pessoas indo às urnas entre abril e maio. Mas não são apenas as eleições que demonstram a democracia indiana. Temos um sistema

judicial independente, uma imprensa vibrante e crítica, um exército subordinado à autoridade civil, uma forte sociedade civil e tudo que é importante em uma democracia de sucesso. Neste aspecto, o Brasil e a Índia têm muito em comum.

Como a Índia está lidando com a crise econômica mundial?

– Assim como todo o mundo, a Índia é atingida pela dificuldade de crédito, o desaparecimento do capital financeiro e, de certa forma, pelos mercados de exportação que enfrentam a recessão. Já o setor bancário não foi afetado, pois não é totalmente vinculado ao Ocidente. O ponto mais importante é o grande mercado interno, que é o motor do crescimento. Esperamos crescer entre 6 e 7% este ano, o que é uma regressão, mas não é tão ruim.

TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

A TI indiana no Brasil: ‘fogo morno’

Analista considera modesta atuação de empresas da Índia em nosso país

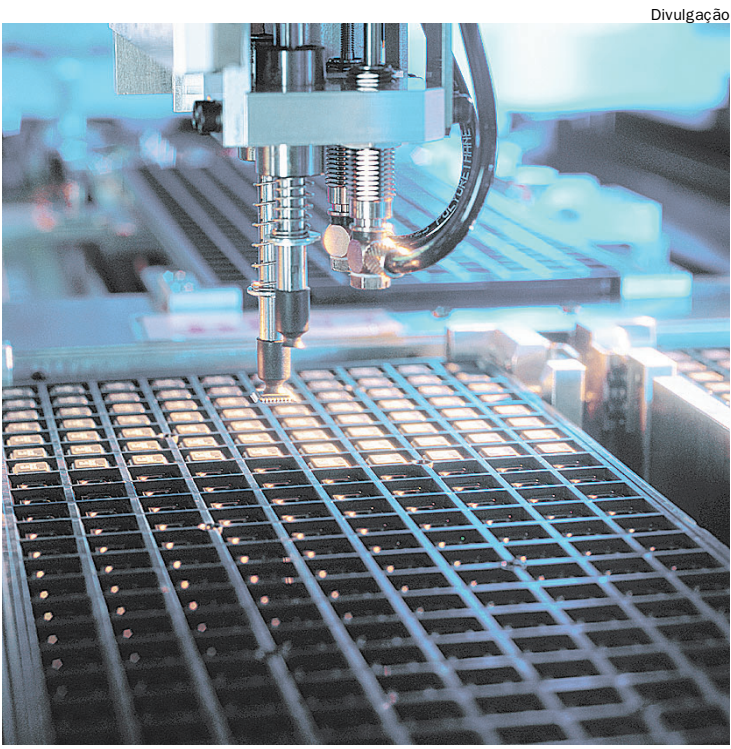
Roberto Carlos Mayer*

As empresas indianas de prestação de serviços em Tecnologia da Informação (TI) iniciaram sua expansão global a partir do fim dos anos 90, coincidindo com o chamado Bug do Milênio. Entretanto, o desenvolvimento da indústria de TI na Índia foi resultado de um processo planejado em meados da década de 70. Naquela época, a Índia não dispunha de capital humano qualificado, nem de escolas ou universidades capazes de formá-lo. Assim, o primeiro passo da estratégia indiana se baseou em subsidiar os estudos de indianos em universidades do Primeiro Mundo.

Esta primeira “onda” de profissionais especializados gerou dois efeitos positivos para a Índia. Em primeiro lugar, a maioria destes profissionais retornou para a Índia, transformando-se em professores e mul-

tiplicadores do conhecimento. A partir do início dos anos 90 as universidades indianas começaram a crescer significativamente, tanto em número de professores quanto de alunos, gerando o capital humano necessário para se lançar, poucos anos depois, no mercado global. O segundo efeito é resultante de uma parte de indianos que optou por não retornar a seu país, se estabelecendo em definitivo nos Estados Unidos ou na Europa. Eles se transformaram em pontes entre as duas culturas.

Quando olhamos para o Brasil, constatamos que este efeito não ocorreu: as universidades brasileiras não atraíram estudantes indianos (ao menos não em número significativo), de forma que o número de profissionais da Índia radicados no país não foi suficiente para gerar massa crítica no mesmo modelo adotado no Primeiro Mundo. Entretanto, as principais empresas in-



TI – Grandes empresas indianas no Brasil não investem em marketing

dianas de serviços de TI estão presentes no Brasil de hoje. Elas se estabeleceram no país nos últimos anos por meio de contratos negociados em nações do Primeiro Mundo, mas que contemplam o compromisso de atender os clientes a nível global. Assim, a entrada destas empresas se deu sem qualquer esforço comercial no Brasil. As equi-

pes foram estruturadas inicialmente mediante a absorção da mão-de-obra dos próprios clientes globais, que contrataram os serviços de *outsourcing*. As empresas indianas instaladas no Brasil, mesmo transcorridos vários anos, praticamente não desenvolvem atividades de marketing: suas marcas não são conhecidas pela maioria dos

profissionais de TI nacionais.

Em resumo, podemos afirmar que a atuação das empresas indianas no mercado brasileiro de serviços de TI ainda é modesta. Sua participação poderia ser mais significativa ou agressiva, tanto no que diz respeito à disputa do mercado interno quanto à utilização do Brasil como uma fonte alternativa de produção de serviços a serem entregues em outros países. Aparentemente, os fracos elos culturais existentes entre os dois países se refletem na prática do dia-a-dia dos negócios, fazendo com que o resultado final seja positivo, mas muito aquém do que seria possível. Num cenário globalizado, deveríamos avaliar melhor os benefícios de uma cooperação mais intensa entre as duas culturas. Esta vontade já faz parte do discurso político, em alguns casos, por parte dos governos dos dois países, mas os efeitos práticos no mundo dos negócios ainda não "esquentou".

Já as empresas de TI oriundas do Primeiro Mundo ocupam posição mais destacada em participação no mercado nacional. Cabe a pergunta: será que se trata apenas de uma questão cultural? Ou há outros motivos para a aparente “timidez” com que as empresas indianas têm se comportado no país?

(*) Roberto Carlos Mayer (rocmayer@mbi.com.br) é diretor da MBI e presidente da Assespro/SP.