



TGV en la cima

Buenos Aires, septiembre de 2011.- La industria argentina de software y servicios informáticos ocupa el tercer puesto en materia de exportación en América Latina, detrás de Brasil y México. En los últimos 8 años, este sector ha tenido un crecimiento anual promedio del 21%.

Como parte de este crecimiento, **TGV Excelencia en Soluciones Informáticas**, se encuentra entre las empresas líderes en materia de servicios de soporte y software factory (ver nota).

TGV, con 19 años de presencia en el mercado, tiene una larga tradición exportadora y los datos así lo comprueban: desde 2004, más del 30% de la facturación de la compañía proviene del exterior.

La experiencia de la empresa se ha desarrollado tanto en el ámbito público como privado. Empresas de la talla de FEMSA, la embotelladora más grande de América Latina, han confiado en TGV la realización de proyectos para México desde la sede de la empresa en Buenos Aires. En tanto que, en el ámbito público, se destacan dos proyectos que por su nivel de criticidad y complejidad posicionan a TGV como un reconocido proveedor de servicios de desarrollo de software offshore: el proyecto DMFAS (Debt Management Financial and Analysis System) para las Naciones Unidas y el proyecto ECOS (Electronic Court System) para la Corte Internacional de la Haya, Holanda.

Estamos orgullosos por los logros obtenidos en materia de exportación, y por ser reconocidos por colegas y por la prensa como referentes de la industria IT.

Contacto de Prensa

Fiorella Laurenza – Responsable de Marketing

flaurenza@tgv.com.ar – 4345-5999

Medalla de bronce en software

La Argentina es el tercer exportador de América latina; ingresa por ventas externas la mitad que por carne bovina

CARLOS MANZONI
LA NACION

La industria argentina de software y servicios informáticos factura por sus exportaciones más de la mitad de lo que entra por las ventas al exterior de carne vacuna: con US\$ 660 millones en 2010, el sector se situó a mitad de camino de los 1350 millones reportados por el tradicional producto local. Es más, proyecta para este año alcanzar los 747 millones, un cuarto de los 3102 millones que mueve en total.

Ley de promoción mediante, este nicho tecnológico no ha dejado de crecer desde 2003, con un ritmo promedio de 21% anual. Pero aún así no le alcanza para posicionarse en la cima de América latina, donde Brasil y México emergen como los dos principales jugadores, con 10.100 millones y 4200 millones de dólares, respectivamente, muy lejos de la India, líder mundial indiscutido, con 50.000 millones.

G&L es una de las 1000 empresas que desarrollan y venden software en y desde la Argentina. Es la mitad de la tarde, en una de sus plantas, en Palermo, y parte de sus 400 empleados está ocupado en... exportar. No es la Aduana, claro, ni necesitan fletes, puertos o contenedores. Con un simple clic envían a su comprador uno de sus desarrollos.

José Louzao Andrade, presidente de G&L, insiste en que, si se despeja todo lo que es telecomunicaciones, call centers y externalización de procesos de negocios (BPO, según sus siglas en inglés), el país lidera el ranking de exportación en América latina. "Brasil produce más de todo esto, pero lo vuelca mucho al mercado interno, mientras que México hace todo *nearshore* [cerca de la costa], aprovechando su cercanía con Estados Unidos."

Fernando Racca, presidente de la Cámara de Empresas de Software y Servicios Informáticos (Cessi), dice que hay tres patas que sostienen la evolución de esta industria: el cambio de políticas macroeconómicas, la ley de incentivo y la oferta de buenos profesionales. "Nada se hubiera logrado sin alguna de esas condiciones", opina el directivo.

Otras características que benefician al país son el huso horario y el buen manejo del inglés de su gente, sobre todo comparado con otros de la región. "Además hay un espíritu emprendedor que aprovechó muy bien el hecho de hacer negocios a través de la tecnología sin necesidad de estar en el país comprador", dice Fernanda Santoro, directora de operaciones y marketing de Microsoft Argentina y Uruguay.

La ventaja de la mano de obra barata ya se esfumó, por lo que el nivel actual de las exportaciones locales no pueden atribuirse a esa variante, sino que encuentran explicación en el valor agregado que la indus-



ARCHIVO

Cristina Kirchner y los directivos de Globant, en la reciente inauguración de oficinas de la firma

Industria del software

En los últimos 8 años ha tenido un crecimiento anual promedio de 21%

Exportadores de software y servicios en América latina

En 2010. En millones de dólares



Crecimiento de las exportaciones de software y servicios en la Argentina

En millones de dólares



Fuente: PartnersMarket, Cámara Argentina de Empresas de Software y Servicios (Cessi)

Principales empresas exportadoras en la Argentina



LA NACION

tria local garantiza en sus productos y servicios. "Si fuera por los salarios, hoy perderíamos con Perú o Colombia; porque mientras nuestra hora/hombre cuesta US\$ 35, la de ellos está en 12", precisa Louzao Andrade.

¿Qué se exporta? Los países emergentes piden procesos de gestión, mientras que los industrializados demandan gobierno electrónico y programas relacionados con la salud o la energía. Entre los primeros están varios de la región, Sudáfrica, Rusia y

China, mientras que entre los últimos se cuenta a Estados Unidos, Inglaterra y España, principalmente.

La industria local es fuerte en programación por pedido, con Globant e IBM a la cabeza por ventas de soporte, con G&L y TGV en la cima, y servicios de innovación, donde se destacan firmas pequeñas, como SIA Interactive y Sofrecom, entre otras.

El mercado internacional se presenta atractivo. Según la consultora

especializada IDC, la industria mueve en el mundo US\$ 34.083 millones. Estados Unidos es el mayor demandante, con US\$ 21.409 millones, seguido por Europa/Medio Oriente y África (11.155 millones); Asia Pacífico (981 millones), y Canadá (539 millones).

Para ganar mayor participación en esa torta, la industria local aún tiene puntos por mejorar. Daniel Tkach sabe de eso. Como CEO de PartnersMarket Consulting, asesoró a las firmas mexicanas para entrar en el mercado estadounidense y mal no les fue. "Hay que buscar nichos en los que nos podríamos especializar, como el de los pequeños productores petroleros", sugiere el consultor.

Otro de los consejos de Tkach es especializarse en la *cloud computing* (servicios de software a través de la Web) porque, según dice, la gente cada vez más se volcará hacia ese sistema. "Hay que entender la Nube y prepararse para brindar servicios en esa área", señala.

Jorge Cassino, presidente de Sols Latinoamérica, firma local de software, opina que en el "debe" del sector surge la falta de un desarrollo de marca país, para ser vistos por el mundo como un productor confiable. "Hoy se nombra a la India y todos saben que es palabra mayor en la materia, mientras que nosotros todavía no llegamos a ese status", compara Cassino, que también preside Aleti, la federación de cámaras de América latina.

Si bien la Argentina cuenta con una mano de obra calificada, este aspecto también es deficitario ante la gran velocidad con la que crece la demanda global. "El crecimiento del negocio va más rápido que la disponibilidad de recursos humanos", cuenta Santoro, de Microsoft. La ejecutiva especifica que los perfiles más buscados son los de desarrolladores web y analistas funcionales.