



Nascimento e amadurecimento do mercado brasileiro de TI

Dagoberto Hajjar*

O mercado de TI, no Brasil, começou a crescer de maneira extremamente acelerada no início da década de 80. Era o final da reserva de mercado e começaram a se instalar no Brasil empresas como Microsoft, Novell, Oracle e outras.

Até o ano 2000 tivemos grandes projetos de TI. Os bancos automatizaram todas as suas agências comprando uma infinidade de PCs, ATMs e softwares. Os supermercados e o varejo de maneira geral automatizaram-se instalando PC's em seus caixas. As empresas implementaram seus projetos de automação de escritórios, também adquirindo uma grande quantidade de tecnologia. Estes projetos jamais se repetirão na mesma escala do passado, sofrerão atualizações, mas a passos bem mais largos e representando, financeiramente, muito menos.

A virada do milênio representou um grande faturamento para as empresas de TI – com projetos de Y2K, ERP e as .COMs. Os dois anos seguintes foram caracterizados por uma grande “ressaca”, fruto dos altos investimentos feitos na virada do milênio. Ao mesmo tempo, o mercado começou a falar de TCO – diminuição dos custos de propriedade de TI. Logo após a ressaca veio o ano de 2003 que foi caracterizado pela crise econômica afetando drasticamente os investimentos em TI.

A curva de amadurecimento de mercado pode ser observada, aqui no Brasil, nos segmentos de bancos, farmácias, supermercados, provedores de acesso à Internet, entre outros. Ela nos ensina que a fase de estabilização, fase onde encontra-se hoje o mercado de TI, possui três características bastante marcantes:

1. **Fusões e aquisições** – o início da fase de estabilização é marcado por um período de fusões e aquisições. Tivemos o Bradesco e o Itaú comprando vários bancos, a Droga Raia e Drogaria São Paulo adquirindo várias farmácias de bairro, e, o Pão de Açúcar expandindo pela compra de outras redes de supermercados. Entidades de pesquisa e consultoria em TI e os dirigentes das principais revendas do Brasil, estimam que as fusões e aquisições em TI devam seguir o mesmo padrão dos demais mercados, ou seja, teremos uma redução das atuais 20.000 revendas para 4.000 revendas em 2015.
2. **Concorrência** – a fase de estabilização representa um nível menor de faturamento para o mercado do que a fase de crescimento acelerado. Aliado ao fato da redução do número de revendas (fusões e aquisições), teremos um aumento substancial do nível de concorrência – brigando mais pelo cliente. Na fase de crescimento acelerado as revendas podiam trabalhar de maneira “passiva” respondendo aos inúmeros pedidos dos clientes – o importante era faturar o mais rápido possível. Já na fase de estabilização as revendas precisam “correr atrás do cliente” – procurando oportunidades de negócios e tentando vender cada vez mais para os mesmos clientes.
3. **QUALIDADE** – na fase de crescimento acelerado, os clientes procuravam por preços baixos tratando os produtos como commodities. Na fase de estabilização, os clientes procuram por QUALIDADE – eles têm um problema, buscam uma solução, mas, de um parceiro que possa dar segurança e tranquilidade na aquisição e implementação. Passam a ser exigidos padrões de qualidade como ISO, CMM, SLA e contratos de risco e “revenue / risk sharing”.

(*) Dagoberto Hajjar (dagoberto.hajjar@growbiz.com.br) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia.

Atualmente é Diretor da GrowBiz – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.