

# iMonitor IT

## Julho de 2022

Dagoberto Hajjar

[dagoberto.hajjar@advanceconsulting.com.br](mailto:dagoberto.hajjar@advanceconsulting.com.br)

Estudo trimestral sobre o  
mercado Brasileiro de TI

# Carta do Dagoberto Hajjar

Em cada relatório de pesquisa eu escolho uma frase ou palavra síntese. Neste é **JUST DO IT FAST!**

**O mercado de TI teve 23% no ano passado, terá 23,4% este ano e 22% em 2023. Nunca, na história deste país, tivemos crescimento tão elevado. O foco dos empresários deveria ser vender, vender e VENDER. E ter eficiência em vender para garantir que está vendendo o máximo possível.**

A **inflação** e o **aumento dos salários** serão uma preocupação. Eu deixaria um sócio olhando vendas e o outro olhando eficiência operacional e, de preferência, sem se falarem nos próximos 3 meses para garantir que todas as vendas sejam aproveitadas.

Eu leio cada um dos comentários enviados na pesquisa e nesta já vemos uma grande polarização de opiniões sobre cenário político. Minha opinião é que não podemos deixar a insegurança política afetar as vendas de TI. Temos que dar treinamentos e técnicas para que os vendedores consigam reduzir o ciclo de vendas, e aumentar os fechamentos.

Um dos empresários de TI escreveu, nos comentários, que eu tinha sido muito "**cataclísmico**" na última pesquisa. Realmente eu achei que a Guerra na Ucrânia teria um efeito intenso e, aparentemente, não terá.

Nos últimos 3 meses eu estive muito envolvido com vários distribuidores de TI. A maioria deles está desenhando e lançando programas para ajudar revendas, integradores e ISVs. Isto é um grande avanço para o ecossistema de TI, e vamos ver os resultados nas próximas pesquisas.

## **Agradecimento especial:**

Esta é a 59ª edição da pesquisa trimestral que fazemos no mercado de TI e nesta edição da pesquisa recebemos o apoio e patrocínio da SkyOne que nos ajudou na divulgação do questionário, aumentando o número de respostas, e também na divulgação do relatório. Deixo aqui meu GRANDE agradecimento pela ajuda da SkyOne

*Dagoberto Hajjar*

# Agradecimento especial ao patrocinador SKY.SECURITY

Cibersegurança é uma das áreas que terá maior crescimento em 2022, em especial, no mercado de pequenas e médias empresas (SMB), segundo a pesquisa da ADVANCE.

A ADVANCE agradece o patrocínio da **Sky.Security**, área de cibersegurança da **Sky.One**, que nos ajudou na divulgação do questionário, aumentando o número de respostas, e também na divulgação do relatório.

Sendo um **parceiro Sky.Security** você poderá oferecer **soluções de segurança e proteção de dados** para os seus clientes incluindo IA Estática, IA Comportamental, Rollback, Quarentena de rede, Storyline do ataque, e Visibilidade do tráfego criptografado.

Com o SKY.SECURITY você poderá oferecer aos seus clientes

- Security Manager
- Endpoint Detection and Response
- Zero Trust Network Access
- Firewall Gerenciado
- Web Application Firewall
- Adequação à LGPD



Use o QR e seja um  
parceiro Sky.One!

# Agenda



**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresa e dos entrevistados**

**Resultados das empresas em 2020 e 2021**

**Expectativas para 2022 e 2023**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresa e dos entrevistados**

**Resultados das empresas em 2020 e 2021**

**Expectativas para 2022 e 2023**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

# Dagoberto Hajjar

Mais de 40 anos de experiência nas áreas de negócios e TI

Entre 1980 e 90, trabalhou no **Citibank** em diversas funções de tecnologia e de negócios. Foi um dos primeiros funcionários, no Brasil, a serem premiados por "Excelência em Serviços"

Em 90 foi convidado pelo **ABN-Amro** para o desafio de implementar um sistema de automação de agências baseado em tecnologia client-server, então, completamente inovador para a época

Trabalhou, durante 10 anos, na **Microsoft** contando com grandes realizações e muito sucesso exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Recebeu, do próprio Bill Gates, o prêmio de melhor funcionário da Microsoft - sendo a primeira vez que este prêmio fora concedido para um "não-americano"

Em **2002** fundou a **ADVANCE** que conta, hoje, com mais de **2.500 clientes**, mais de **500 projetos de consultoria**, mais de **20.000 profissionais treinados**, mais de **50 pesquisas** realizadas no mercado Brasileiro, **6 livros publicados**, **8 ebooks** e participação como palestrante em mais de **150 palestras**

Formado em Matemática e Física Nuclear pela USP



# ADVANCE Consulting

Com mais de **2.500 clientes**, **500 projetos de consultoria** e **20.000 profissionais treinados**, a ADVANCE é uma empresa de consultoria e treinamento em **VENDA\$**

Temos orgulho de atender desde grandes empresas até start-up, incluindo



Nossos clientes dizem que somos excelentes em resolver situações complexas e aumentar as vendas

**Nosso objetivo é ajudar nossos clientes a **VENDER MAIS E MELHOR**, para isto atuamos em 3 vetores de crescimento empresarial**

**VETOR DE VENDAS**

Implementação de **processos de vendas, com treinamento e capacitação da equipe e gestores** para garantir que todas as oportunidades geradas sejam aproveitadas, aumentando as vendas



**VENDER MAIS E MELHOR**



**VETOR DE MARKETING**

Criação de **engenhos de geração de demanda e de oportunidades**, e ações para cada etapa do funil de vendas, encurtando o ciclo de vendas e aumentando as taxas de conversão



**VETOR ESTRATÉGICO**

Desenvolvimento da **estratégia da empresa**, para garantir os direcionadores e a integração entre marketing e vendas

# ADVANCE Research Center

A ADVANCE faz, **trimestralmente**, uma pesquisa no mercado de TI para analisar a **percepção dos empresários com o momento de mercado**

Fazemos esta pesquisa desde 2008 e os **dados históricos** nos permitem estabelecer **algoritmos de tendências**, ajudando a estabelecer **previsões**

Nosso **objetivo** é ajudar os **empresários de TI** com **fatos e dados** para que eles possam tomar **melhores decisões**



# Agenda

**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresa e dos entrevistados**

**Resultados das empresas em 2020 e 2021**

**Expectativas para 2022 e 2023**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

# Sumário executivo - sobre 2022 e 2023

- **2022 será um ano de crescimento de 23,4%**
  - É excelente! Principalmente se pensarmos que **12% das empresas terão crescimento acima de 50%**
  - É preocupante quando pensamos:
    - Que os empresários de TI acham que a **inflação será de 10.3% em 2022 e 2023** e as empresas não conseguem repassar 100% dos custos para os clientes
    - A falta de mão de obra está inflacionando os salários dos profissionais de TI - e as empresas **não conseguem repassar** 100% dos custos para os clientes
    - A inflação e a falta de mão de obra roubarão 16.1% de margem ao longo de 3 anos
  - As grandes preocupações dos empresários para 2022 e 2023 deveriam ser "**receita recorrente**" e "**margem**"
    - A maioria das empresas com faturamento abaixo de R\$ 16 milhões/ano não tem a cultura de olhar **MARGEM** e poderão ser estranguladas pela inflação
  - A guerra da Ucrânia causou um certo susto em Março de 2022, mas de lá para cá a guerra deixou de ser uma preocupação para a grande maioria dos empresários de TI. A única exceção são algumas empresas que importam hardware e componentes eletrônicos
- **Teremos bons anos de vendas de TI**
  - Aplicando os modelos matemáticos da ADVANCE aos dados históricos vemos que o mercado de TI está em outro platô de crescimento:
    - Entre 2012 e 2016 tivemos uma média de 5% de crescimento
    - Entre 2017 e 2020 subimos para 10% de crescimento
    - **Acreditamos que teremos de 2021 a 2024 médias de 20% de crescimento**
  - **Este novo platô de crescimento é justificado por:**
    - 5G alterando completamente a tecnologia e forma como as empresas falam com seus consumidores
    - Déficit de tecnologia reduzindo investimentos de TI em educação, saúde e varejo
    - Aumento de consumo de TI:
      - Em empresas de menor porte (SMB - small and medium business)
      - Ferramentas de análise e produtos satélites ao sistema de gestão empresarial (ERP)
      - Ofertas de IaaS (Infraestrutura como serviço), nuvem e segurança
      - Fábrica de software e alocação de desenvolvedores
- **2023 será um ano de crescimento de 22,0%**
  - A expectativa dos empresários é que a inflação seja próxima de 10,5%
  - Continuaremos com falta de mão de obra
  - Mas, o mercado estará extremamente comprador de TI, em especial, ofertas relacionadas a Nuvem em SMB (pequenas e médias empresas)

# Sumário executivo - histórico sobre 2020 e 2021

- **2020 foi um ano muito bom, apesar de toda a insegurança**
  - Tivemos um crescimento de 7,5% no primeiro trimestre (comparado com o mesmo período do ano anterior)
  - A crise começou em 24 de Março. O segundo trimestre apontou crescimento de 5,1%. Historicamente o segundo trimestre é o mais fraco do ano, portanto, a crise bateu no mercado de TI em um trimestre menos relevante
  - O terceiro trimestre registrou 10,3% de crescimento
  - O quarto trimestre registrou **13,1% de crescimento**, superando todas as expectativas e sinalizando que 2021 seria um ano exuberante para TI
  - **Encerramos 2020 com 10,4% de crescimento sobre 2019**
- **Impacto da crise em 2020**
  - Empresas com faturamento anual menor de R\$ 16 milhões cresceram, em média, 10,2% e empresas com faturamento maior de R\$ 16 milhões cresceram 12,9%, portanto, empresas menores sofreram MAIS do que as empresas maiores
  - As empresas maiores já tinham experiência, processos e ferramentas para trabalhar em home-office, e tipicamente, vendem para empresas maiores - e todas passaram a se falar muito bem através de home-office. As empresas menores tiveram que aprender a trabalhar de maneira remota, e vendem para clientes menores - que não estavam facilmente acessíveis
  - A demanda por tecnologia foi intensa. Infelizmente muitas empresas não conseguiram atender a demanda por falta de mão de obra
- **2021 foi um ano de muitas mudanças**
  - De um lado tivemos **crescimento** recorde de **23% no ano**
  - De outro lado tivemos **inflação de 10.1%** - o que não acontecia desde 2015
  - De um lado temos um número cada vez maior de empresas startups trazendo novas tecnologias para o mercado
  - De outro lado tivemos um número grande de empresas entrando em "zona de preocupação financeira"
  - Ao lado disto tudo, tivemos recorde de empresas de TI sendo investidas ou adquiridas

# Sumário executivo - polarização e investimentos

## ▪ Polarização das empresas de TI

- Desde o início da crise percebemos uma polarização das empresas, ou seja, empresas indo muito bem e empresas indo muito mal. Este efeito foi brando até 2014, médio em 2015 e drástico em 2016, fazendo com que o dinheiro mudasse, rapidamente, de mãos
- Em 2017 a polarização foi reduzindo, trimestre-a-trimestre
- Finalizamos 2018 com o menor índice de empresas retraindo desde Janeiro de 2014
- Em 2019 tivemos um crescimento fraco do mercado de TI, e conseqüentemente, aumentou a polarização, ou seja, o dinheiro mudando de mãos e indo das empresas que tiveram forte retração para as empresas com forte crescimento
- Em 2020 tivemos a crise do COVID:
  - 17% das empresas tiveram resultados menores do que em 2019; 76% tiveram resultados maiores do que em 2019; 13% com crescimento acima de 30%
- Em 2021 tivemos:
  - Número insignificante de empresas com retração - é a primeira vez que isto acontece desde que estamos fazendo as pesquisas
  - 29% das empresas com crescimento entre 15 a 29%; 23% das empresas com crescimento maior de 30%
- **As expectativas para 2022 são as melhores possíveis com:**
  - Número insignificante de empresas com retração
  - **25% das empresas com crescimento acima de 30%; e 12% das empresas com crescimento acima de 50%**

## ▪ Investimentos feitos em contratações

- No segundo trimestre de 2015, a crise começou a "bater" nas empresas de TI, 34% das empresas reduziram o quadro de colaboradores, chegando muito perto do percentual de 37% de empresas contratando
- Em 2016 chegamos a ter 44% das empresas demitindo contra apenas 30% contratando
- Em 2017 a situação reverteu e tivemos 28% das empresas demitindo contra 42% contratando
- Em 2018 tivemos 23% demitindo contra 50% contratando
- Em 2019 tivemos 20% demitindo contra 56% contratando
  - As empresas que demitiram em 2019 tiveram muita dificuldade de crescimento e recontrações em 2020
- Em 2020 tivemos 22% das empresas demitindo contra 47% contratando
  - As empresas que demitiram em 2020 estão com muita dificuldade de crescimento e recontrações em 2021
- Em **2021** tivemos 5% das empresas demitindo contra 72% contratando
- Para **2022** tínhamos uma expectativa muito boa, com apenas 2% das empresas demitindo contra 79% contratando
  - Infelizmente o primeiro trimestre de 2022 já mostrou mudanças e tivemos 13% das empresas demitindo contra 59% contratando

# Sumário executivo - Cloud e crescimento

- **Mudança no modelo de negócios - indo para CLOUD**
  - Desde 2016 vemos dois movimentos de mudanças de modelos de negócios no mercado de TI:
    - Empresas de Software indo para SaaS
    - Empresas de hardware indo para serviços incluindo ofertas CLOUD. A partir de 2018 houve uma grande aceleração na migração deste grupo
  - O mantra passou a ser "**busca de receita recorrente e propriedade intelectual**"
  - Em 2019, 2020 e 2021 as empresas que mais cresceram foram IaaS (infraestrutura) e SaaS (Software) - consolidando o mercado de CLOUD
  - **Para 2022 teremos uma média de crescimento de 22% com os destaques:**
    - Empresas de nuvem (IaaS, PaaS e SaaS) crescendo acima da média de mercado e com **BOAS MARGENS** de lucro
    - Empresas de serviços com o crescimento limitado pela falta de mão de obra
    - Empresas de produtos e serviços tradicionais (hardware e software) com crescimento abaixo da média de mercado e **MARGENS DE LUCRO POBRES**
  - Existe grande interesse das empresas de tecnologia tradicional (hardware e software) migrarem seus modelos de negócios para CLOUD, mas existem muitas dúvidas em "como fazer" a transição. Os empresários têm dúvidas sobre estrutura e remuneração de vendas, e como agregar serviços para aumentar as margens
- **Empresas com alta taxa de crescimento**
  - Cada vez que temos uma crise no mercado observamos a polarização e o dinheiro mudando de mãos
  - Existem características bem definidas que mostram quais são as empresas que terão alta taxa de crescimento em época de crise
  - Na crise de 2008/2009 (sub-prime) as empresas com alta taxa de crescimento tinham "**maturidade empresarial**", ou seja, eram empresas que analisavam o mercado (oportunidades e ameaças), desenhavam ou redesenhavam um **modelo de negócios** para atenderem a demanda de maneira diferenciada, escolhiam corretamente uma **carteira de ofertas**, estabeleciam um **plano com estratégias e ações**, estruturavam as áreas de marketing e vendas, e tinham **GRANDE disciplina** na execução do plano
  - Na crise de 2015/2016 (Dilma) as empresas com alta taxa de crescimento tinham "**maturidade empresarial**" e **INOVAÇÃO**, ou seja, buscavam novos produtos e serviços, novas modalidades comerciais ou novas formas de atendimento ao cliente
  - Na crise de 2020 (Covid) as empresas com alta taxa de crescimento tinham "**maturidade empresarial**", inovação e **VELOCIDADE**, ou seja, desenhavam um plano de curto prazo, executavam rapidamente, aprendiam com os erros, ajustavam o plano e partiam para nova execução
  - Em 2021 aprendemos que atração e retenção de talentos é parte da cultura organizacional e não somente uma atividade de RH, e que precisamos de novos argumentos de vendas para que os clientes não "travem" diante de 2022 - um ano com muitas surpresas eleitorais

# Histórico de crescimento trimestre-a-trimestre

- **Resultados financeiros de 2017**
  - O primeiro trimestre de 2017 apresentou **7,7% de crescimento** sobre o mesmo período do ano anterior
  - O segundo trimestre de 2017 apresentou **6,3% de crescimento**
  - O terceiro trimestre de 2017 apresentou **9,1% de crescimento**
  - O quarto trimestre de 2017 superou todas as expectativas registrando um aumento de **15% de crescimento**
  - **2017 terminou com 10,5% de crescimento sobre 2016**
- **Resultados financeiros de 2018**
  - O primeiro trimestre de 2018 apresentou **10,8%** de crescimento sobre o mesmo período do ano anterior, afirmando uma expectativa de bons resultados para 2018
  - O segundo trimestre de 2018 apresentou **7,5%** de crescimento confirmando as tendências dos últimos 3 anos onde o segundo trimestre é sempre o mais fraco
  - O terceiro trimestre de 2018 apresentou **11,5%** gerando excelentes expectativas para o final de 2018
  - O quarto trimestre de 2018 apresentou **12,6%** superando as expectativas
  - **2018 terminou com 10,9% de crescimento sobre 2017**
- **Resultados financeiros de 2019**
  - O primeiro trimestre de 2019 apresentou **2,0%** de crescimento sobre o mesmo período do ano anterior
  - O segundo trimestre de 2019 apresentou **7,5%** surpreendendo positivamente
  - O terceiro trimestre de 2019 apresentou **10,0%** continuando a surpreender positivamente
  - O quarto trimestre de 2019 apresentou **14,0%** superando todas as expectativas
  - **2019 terminou com 9,6% de crescimento sobre 2018**
- **Resultados financeiros de 2020**
  - O primeiro trimestre de 2020 apresentou **7,5%** de crescimento
  - O segundo trimestre de 2020 apresentou **5,1%** de crescimento com forte impacto do COVID
  - O terceiro trimestre de 2020 apresentou **10,3%** de crescimento sinalizando que tecnologia é essencial para a sobrevivência para a crise
  - O quarto trimestre de 2020 apresentou **13,1%** de crescimento surpreendendo todas as expectativas
  - **2020 terminou com 10,4% de crescimento sobre 2019**
- **Resultados financeiros de 2021**
  - O primeiro trimestre de 2021 apresentou **15,7%** de crescimento
  - O segundo trimestre de 2021 apresentou **26,5%** de crescimento
  - O terceiro trimestre de 2021 apresentou **20,5%** de crescimento
  - O quarto trimestre de 2021 apresentou **27,5** de crescimento
  - **2021 terminou com 23,0% de crescimento sobre 2020**
- **Resultados financeiros de 2022**
  - O primeiro trimestre de 2022 apresentou **21%** de crescimento batendo novamente o recorde histórico do trimestre
  - O segundo trimestre de 2022 apresentou **22%** de crescimento
  - O terceiro e o quarto trimestre de 2022 apresentam expectativa de **24%** de crescimento
  - **2022 terminará com 23,4% de crescimento sobre 2021**

# Agenda



**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresa e dos entrevistados**

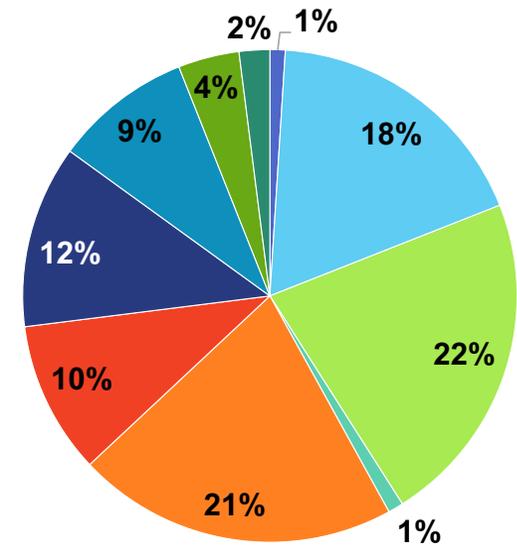
**Resultados das empresas em 2020 e 2021**

**Expectativas para 2022 e 2023**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

# Perfil das empresas pesquisadas



## atividade principal

- Fabricante de hardware
  - Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software
  - Desenvolvedor de software aplicativo (ISV)
  - Distribuidor
  - Revenda ou integrador de soluções
  - Empresa de serviços em TI tradicional
  - Empresa de serviços em nuvem
  - Empresa de consultoria
  - Terceirização de profissionais
  - Marketing digital
- 40% (Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software + Desenvolvedor de software aplicativo (ISV))
- 21% (Revenda ou integrador de soluções)
- 35% (Empresa de serviços em TI tradicional + Empresa de serviços em nuvem)

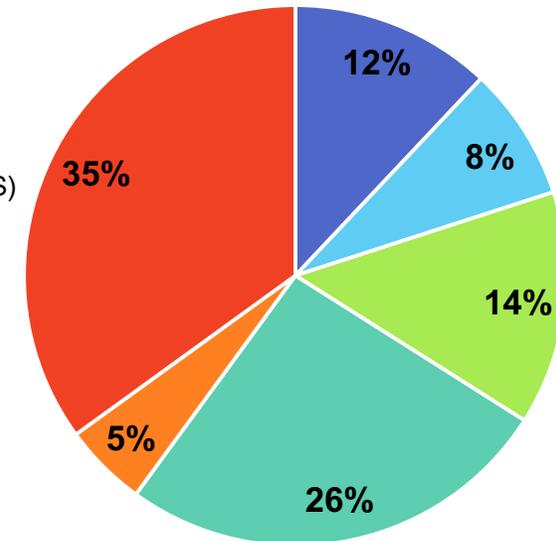
**40% software**  
**21% revendas**  
**35% serviços**

**IaaS = 8%**  
**SaaS = 26%**  
**Serviços em nuvem = 12%**

**Total de nuvem = 46%**

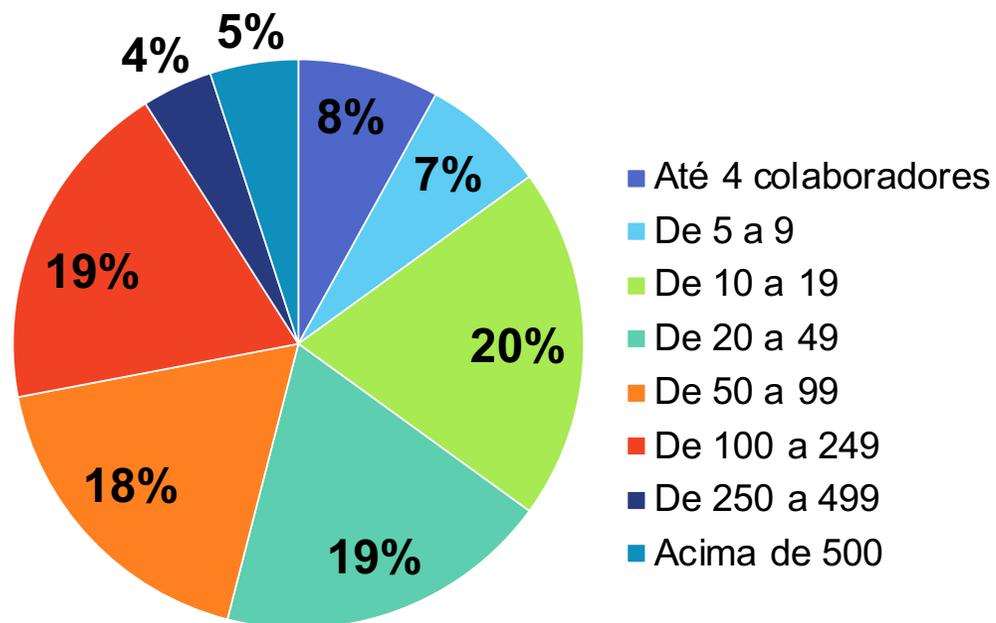
## oferta principal

- Equipamentos de hardware, rede ou telecom
  - Infra-estrutura ou serviços computacionais na nuvem (IaaS)
  - Software tradicional ou on-premises
  - Software em nuvem (SaaS)
  - Plataforma como serviço
  - Serviços, consultoria ou treinamento
- 40% (Software tradicional ou on-premises + Software em nuvem (SaaS))
- 35% (Serviços, consultoria ou treinamento)



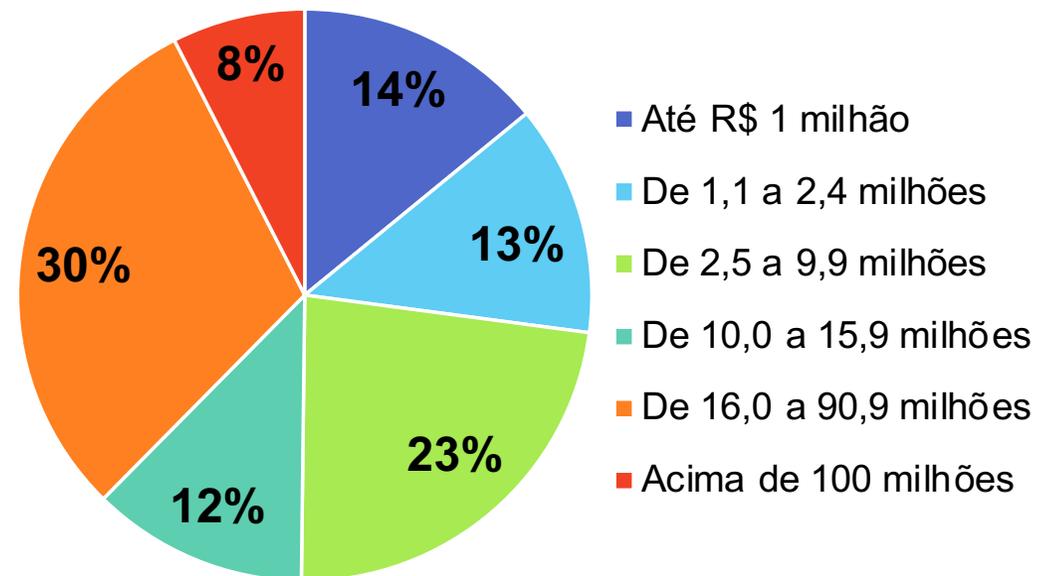
# Perfil das empresas pesquisadas

## Número de colaboradores no Brasil



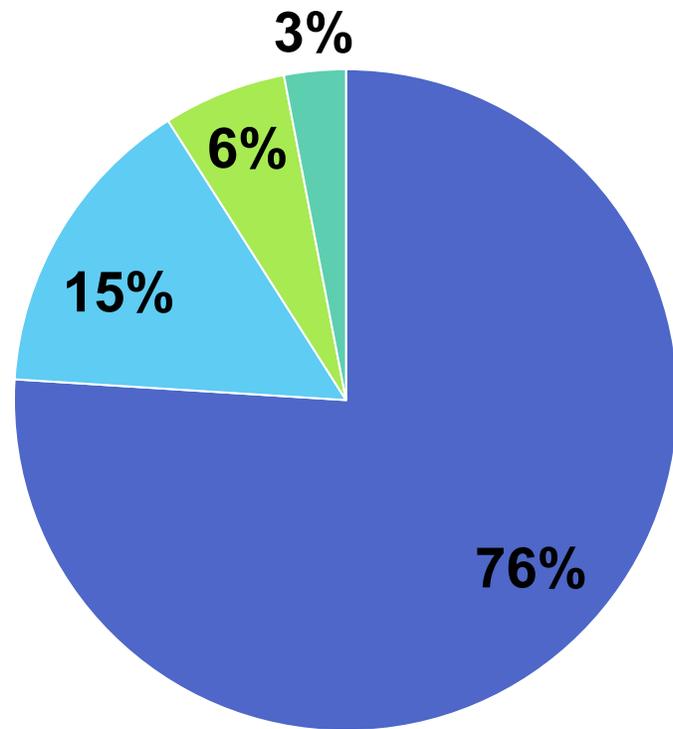
**8% com até 4 colaboradores**  
**54% com menos de 50 colaboradores**  
**37% com 50 a 250 colaboradores**

## Faturamento em 2021 no Brasil



**14% com até R\$ 1 milhão**  
**27% com até R\$ 2,4 milhões**  
**50% com até R\$ 10,0 milhões**  
**8% como mais de R\$ 100 milhões**

# Perfil dos entrevistados



**91% dos entrevistados são C-Level**

- Sócio / Proprietário / CEO / Presidente
  - Diretor
  - Gerente
  - Profissional de vendas
- } 91%



Temos informações  
do piloto e copiloto

# Agenda

**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresa e dos entrevistados**

**Resultados das empresas em 2020 e 2021**

**Expectativas para 2022 e 2023**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

# Resultados em 2020 e 2021

## Crescimento do mercado de TI

Crescimento comparado com ano anterior	Total Geral	Hardware	Software	Serviços	IaaS	PaaS	SaaS
<b>Crescimento 2020</b>	<b>10,4%</b>	<b>4,7%</b>	<b>7,7%</b>	<b>9,4%</b>	<b>28,9%</b>	<b>21,0%</b>	<b>18,2%</b>
<b>Crescimento 2021</b>	<b>23,0%</b>	<b>15,2%</b>	<b>18,8%</b>	<b>21,6%</b>	<b>34,5%</b>	<b>22,0%</b>	<b>31,5%</b>

Crescimento comparado com a média de mercado

### 2021 foi um ano exuberante:

- O mercado apresentou um recorde histórico de crescimento de 23,0%
- As empresas fizeram investimentos, em 2020, para que os colaboradores trabalhassem bem em home-office e em 2021 colhessem um aumento de produtividade e EBITDA
- Os vendedores aprenderam como abordar e negociar com os clientes de maneira digital, aumentando a eficiência do processo de vendas

### Mudanças no modelo de negócios das empresas

- A venda de **hardware** vem reduzindo ano-a-ano em contraponto ao crescimento de **IaaS**
- A venda de **software tradicional** vem reduzindo ano-a-ano em contraponto ao crescimento de **SaaS**
- O **crescimento exuberante de IaaS** abre excelentes expectativas de vendas de **SaaS** e **Serviços** em 2022 e 2023

### A venda de Serviços está sendo impactada, negativamente, pela falta de mão de obra

- As empresas estão buscando processo e automatização para conseguir atender a alta demanda

# Resultados em 2020 e 2021

## O impacto da crise nas empresas menores

	Média geral	Empresas com faturamento <b>MENOR</b> do que R\$ 16 milhões	Empresas com faturamento <b>MAIOR</b> do que R\$ 16 milhões
<b>Crescimento 2020</b>	<b>10,4%</b>	<b>10,2%</b>	<b>12,9%</b>
<b>Crescimento 2021</b>	<b>23,0%</b>	<b>19,4%</b>	<b>25,2%</b>

### Aqui temos uma surpresa!

Antes da pandemia as empresas menores (faturamento abaixo de R\$16M) cresciam acima da média de mercado. Falávamos que elas eram ágeis, com maior capacidade de inovação e reação ao mercado

Em 2020 o jogo virou. As empresas **maiores** já tinham experiência, processos e ferramentas para trabalhar em home-office, e tipicamente negociam com empresas maiores onde o comprador trabalha bem em home office. As empresas **menores** tiveram que aprender a trabalhar de maneira remota e "patinaram" muito no começo

A **surpresa** vem em 2021 quando o desempenho das empresas maiores é bem melhor do que das empresas menores. Alguns fatores que contribuíram com o bom desempenho das empresas maiores:

- Maior poder de contratação de profissionais, "roubando-os" de empresas menores
- Maior investimento em marketing para ser achado pelos novos clientes e ter mensagens "sexy" para atraí-los
- Maior investimento em vendas, com novas estruturas e profissionais treinados com as técnicas de vendas digitais
- O cliente está remoto, então, ao invés de comprar de uma empresa menor da sua vizinhança, acaba optando por uma grande empresa em um grande centro

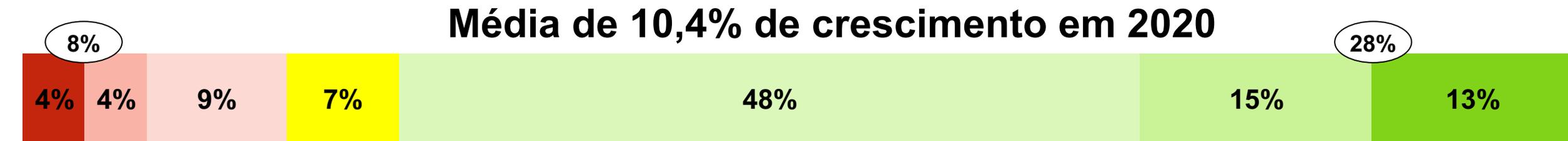
**Tivemos muitas empresas que pularam o divisor de R\$ 16 milhões, encorpando o time dos grandes...**

# Polarização no crescimento das empresas de TI

Pela primeira vez na história tivemos um ano (2021) com um número insignificante de empresas com retração

O percentual de empresas com **mais de 30% de crescimento** foi de 13% em 2020 para 23% em 2021 !!!

O percentual de empresas com **crescimento de 15 a 29%** foi de 15% em 2020 para 29% em 2021 !!!



■ Reduzi mais de 30% ■ Reduzi de 15 a 29% ■ Reduzi de 1 a 14% ■ Mantive o mesmo ■ Aumentei de 1 a 14% ■ Aumentei de 15 a 29% ■ Aumentei mais de 30%

# Agenda

**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresa e dos entrevistados**

**Resultados das empresas em 2020 e 2021**

**Expectativas para 2022 e 2023**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

# Dados históricos: PIB

## Fatores importantes:

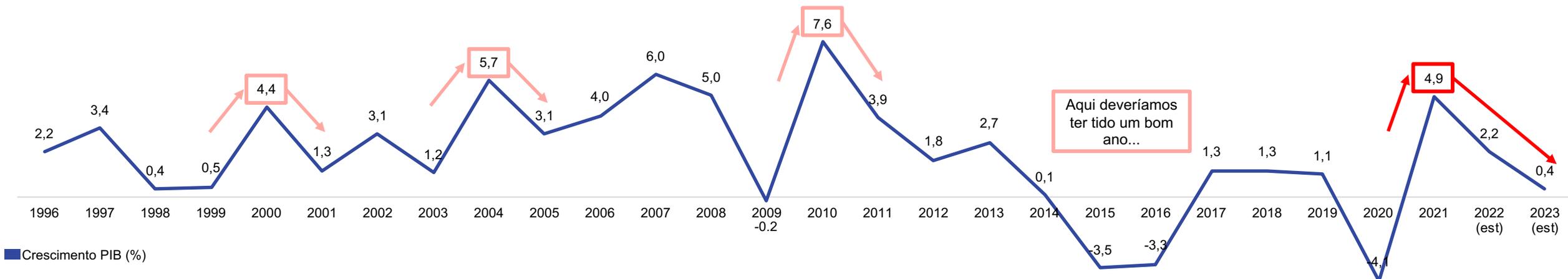
- Brasil é conhecido pelo "voo de galinha"
- Em 2009 tivemos a crise da "marolinha" com -0.2% de crescimento no PIB
- Contudo...parece que houve um "represamento" que desaguou em 2010 gerando **7.6% de crescimento** (pico histórico)
- Na sequência tivemos 4 anos muito ruins (2011 a 2014) resultando em uma grande recessão (2015 e 2016)
- **O mesmo efeito de "represamento" aconteceu de 2020 para 2021, com 3 ou 4 anos "menores" pela frente**

## Mudanças de expectativas para 2022:

Fonte	última expectativa	expectativa atual
Banco central (boletim focus)	1,9%	2,0%
Banco Bradesco	1,8%	2,3%
BPN Paribas	1,8%	2,5%
Empresários de TI	0,7%	2,2%

**2,0% a 2,5% de crescimento é fantástico!  
Nos leva ao patamar de 2013**

**O desafio está em 2023 e 2024...**

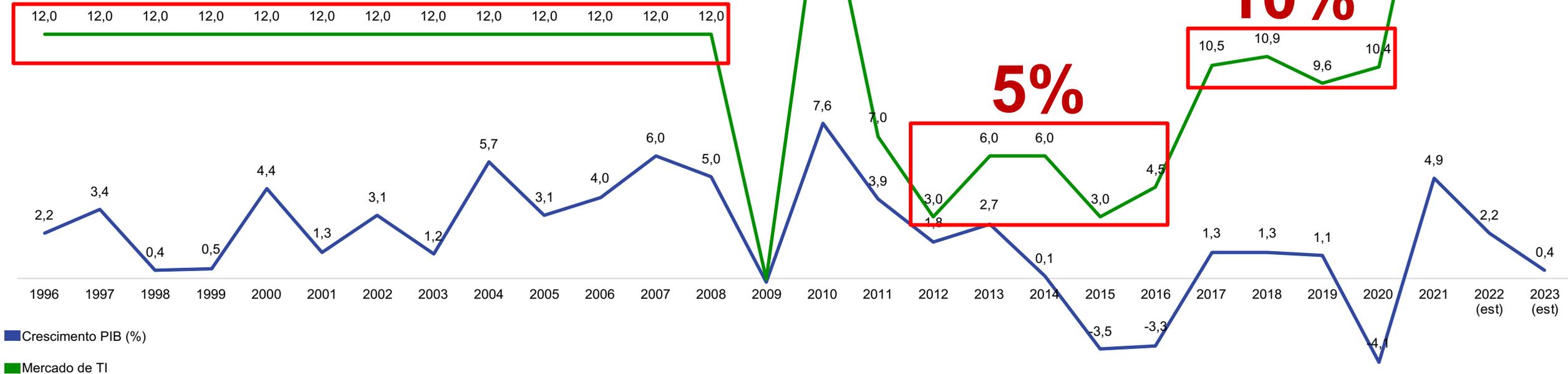


# Dados históricos: PIB e mercado de TI

## 4 Platôs de crescimento

### Motivos que justificam o Quarto Platô:

- **5G** alterando completamente a tecnologia e forma como as empresas falam com seus clientes e consumidores
- **Déficit de tecnologia** reduzindo investimentos de TI em educação, saúde e varejo
  - De 2005 a 2020 o Brasil investiu o equivalente a 2,1% do PIB em TI; no mesmo período os USA investiram 3,9%
  - Em 2020 o investimento cresceu para 3,0% e em 2021 para 3,6%, sinalizando que vamos reduzir o déficit histórico
- **Aumento de consumo de TI:**
  - Em empresas de menor porte (SMB - small and medium business)
  - Ferramentas de análise e produtos satélites ao sistema de gestão empresarial (ERP)
  - Ofertas de IaaS (Infraestrutura como serviço), nuvem e segurança
  - Fábrica de software e alocação de desenvolvedores



# Polarização das empresas em 2022

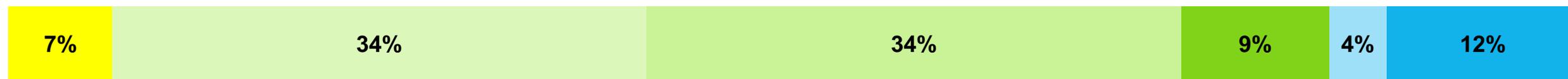
Em 2021 e 2022 temos um número insignificante de empresas retraindo ou reduzindo seu faturamento

**Temos, sim, um grande número de empresas com alta taxa de crescimento:**

- 25% das empresas com crescimento acima de 30%
- 12% das empresas com crescimento acima de 50%

**Empresas com crescimento acima de 50% são**

- **Atividade principal da empresa**
  - 25% delas são: Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software
  - 25% delas são: Empresa de serviços em nuvem
- **Oferta principal da empresa**
  - 35% delas são: Serviços, consultoria ou treinamento
  - 25% delas são: Software em nuvem (SaaS)



■ Reduzi mais de 30% ■ Reduzi de 15 a 29% ■ Reduzi de 1 a 14% ■ Mantive o mesmo ■ Aumentei de 1 a 14% ■ Aumentei de 15 a 29% ■ Aumentei de 30 a 39% ■ Aumentei de 40 a 49% ■ Aumentei acima de 50%

# O que já estava no planejamento

## Eleições conturbadas

- Os empresários acham que será uma eleição muito cara e polarizada
- Alguns clientes terão receio de fazer investimentos
- Alguns clientes usarão a "insegurança" como motivo para adiar decisões
- Os vendedores terão que usar técnicas, já aprendidas em eleições anteriores, para incentivar o cliente a decidir e comprar TI

## Copa do mundo

- Será entre 21 de Novembro e 18 de Dezembro
- Não deve alterar o volume de vendas de TI, mas de alterar a sazonalidade
- Os empresários de TI esperam:
  - Movimento intenso de vendas entre 24 de Outubro e 21 de Novembro
  - Movimento fraco de vendas durante a Copa
  - Movimento novamente intenso entre Natal e Ano Novo

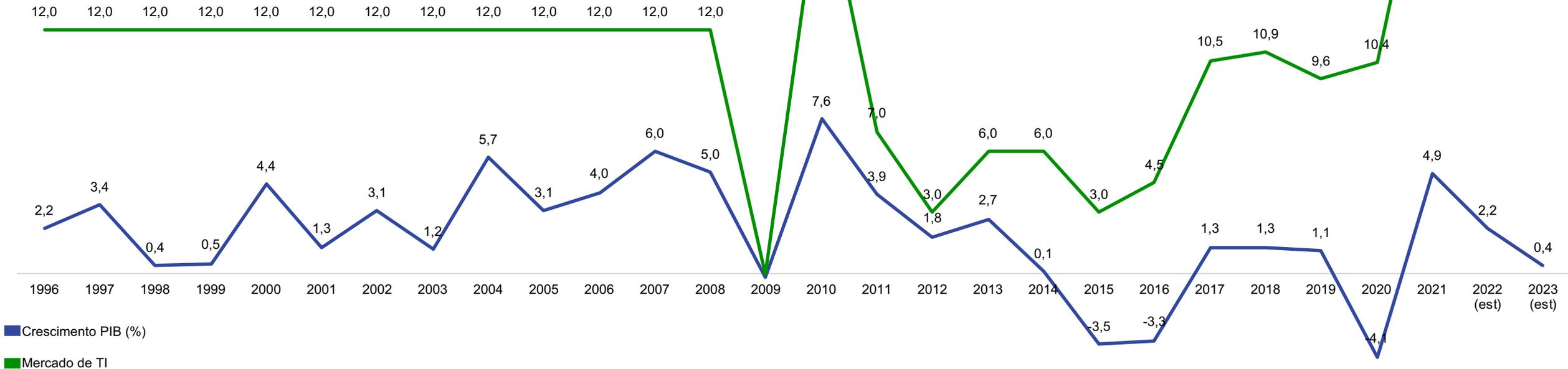
# Guerra na Ucrânia

## Guerra na Ucrânia

- Grande impacto na economia americana
- Grande impacto na inflação global

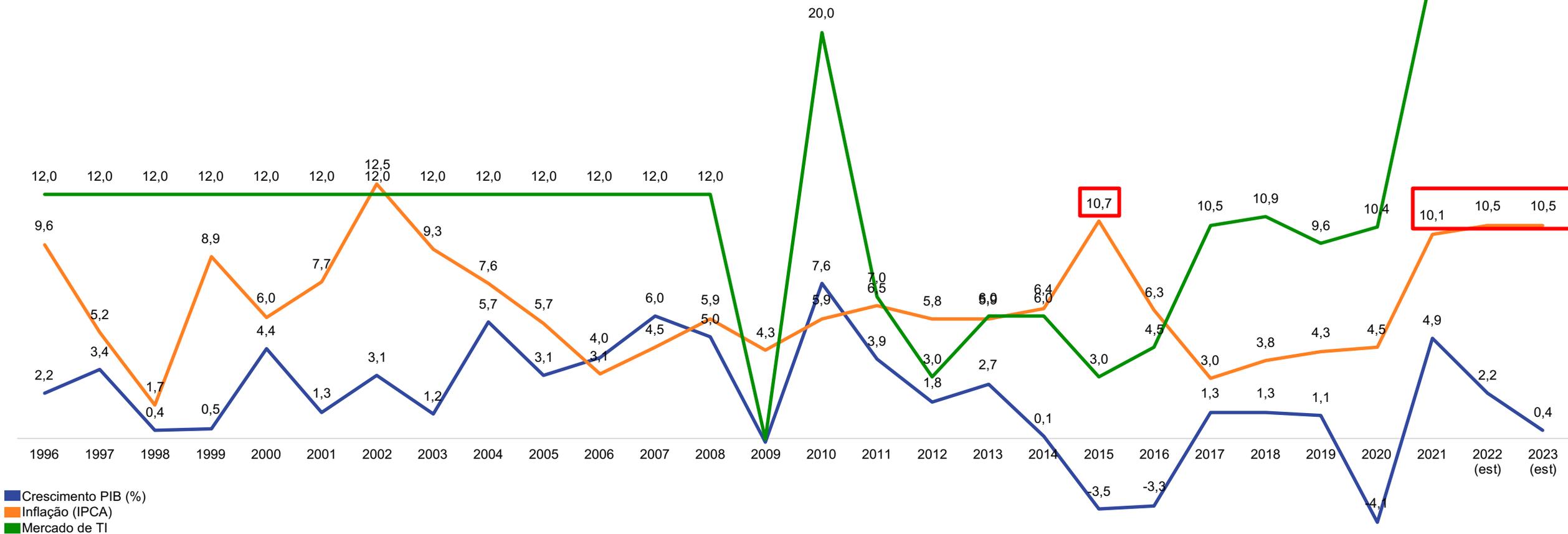
## Expectativa dos empresários de TI

- Antes da guerra, em Dez/21, a expectativa para 2022 era de 24,5% de crescimento
- Logo depois da guerra, em Jun/22, a expectativa para 2022 foi para 22,0% de crescimento
- Neste momento a expectativa para 2022 é de 23,4% de crescimento
- Pouco impacto perto das oportunidades de crescimento do mercado Brasileiro



# Dados históricos: PIB, mercado de TI e inflação

- A inflação foi "matadora" em 2015 e 2016 gerando **crescimento REAL negativo** no mercado de TI
  - Em 2015, tivemos uma retração REAL de -7,7%
  - Em 2016, tivemos uma retração REAL de -1,8%
- O governo prevê 7,2% de inflação para 2022
- Os empresários **acreditam** em 10,5% de inflação para 2022 e 2023
  - **Levando o crescimento REAL para o patamar de 12%**



# Efeito da inflação da economia

10,1%

2,6%

7,5%

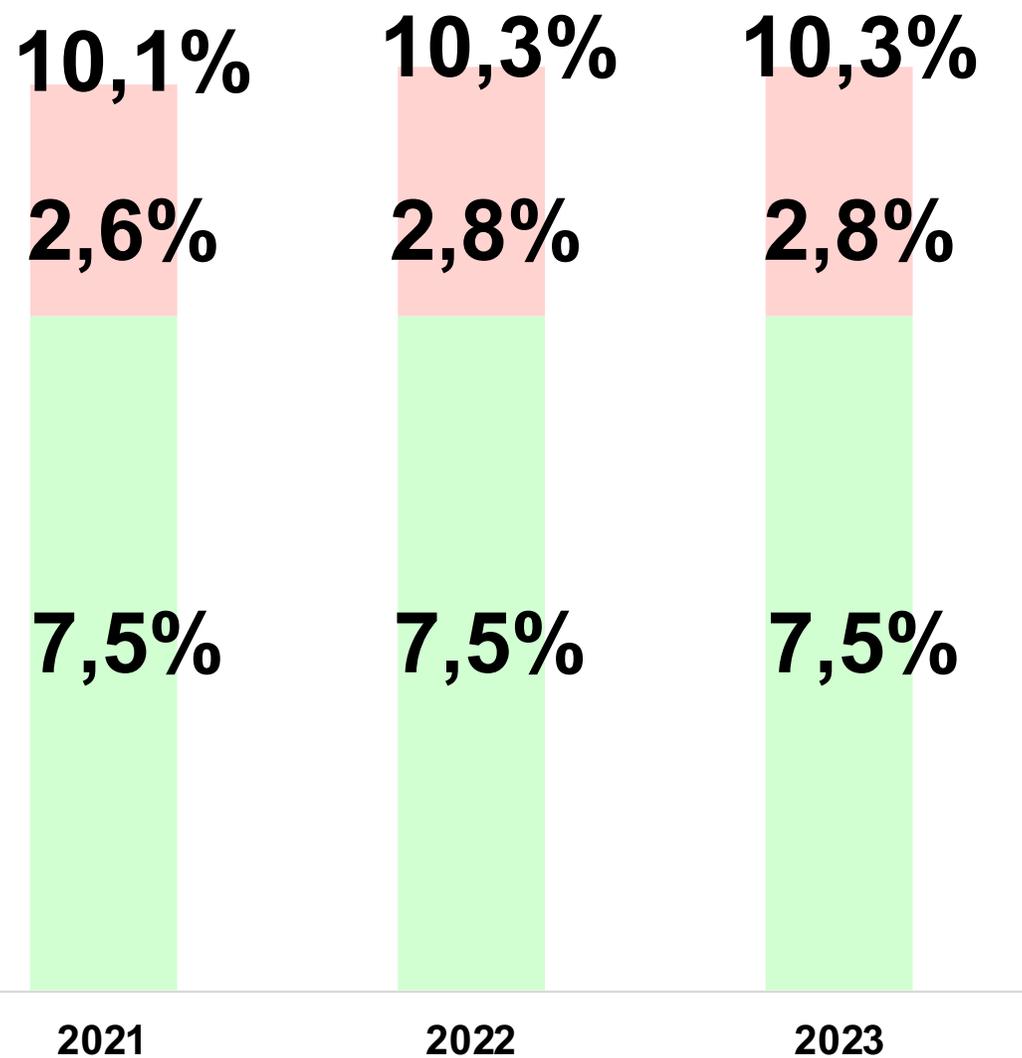
2021

**Em 2021 tivemos inflação de 10,1%**

Os empresários conseguiram passar, em média, 7,5% para o cliente consumidor

Portanto, houve uma perda média de 2,6% de margem de lucro

# Efeito da inflação da economia



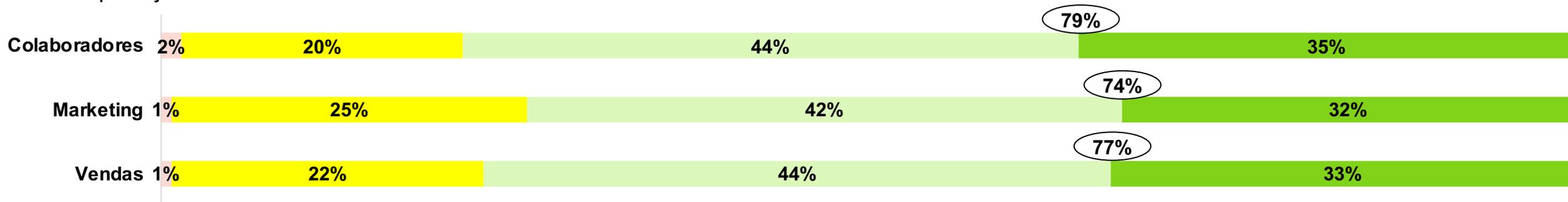
**+8,5%**  
**de margem**  
**em 3 anos**

# Investimentos previstos para 2022

Aqui vemos mais um sinal claro de **PREOCUPAÇÃO** dos empresários de TI

Na pesquisa feita em Janeiro de 2022 os empresários estavam extremamente **otimistas** e **confiantes**. Somente 1 a 2% planejava reduzir quadro de colaboradores e investimentos em marketing e vendas

- 79% dos empresários planejam aumentar as contratações
- 74% planejavam aumentar os investimentos em marketing tradicional e digital
- 77% planejavam aumentar os investimentos em vendas



Nesta pesquisa, Junho de 2022, vemos um cenário bem diferente

- Reduzir o quadro de colaboradores, quando temos falta de mão de obra no mercado, é a "última carta" que o empresário deveria jogar
- Reduzir os investimentos em marketing e vendas significa não estar seguro do potencial de vendas futuras ou das **MARGENS**



# Crescimento trimestre-a-trimestre

## Historicamente temos:

- Primeiro trimestre bom, segundo trimestre fraco, terceiro e quarto trimestre muito bons

Em 2019 tivemos um primeiro trimestre fraco com o efeito das eleições presidenciais

Em 2020 tivemos o impacto da pandemia no segundo trimestre, mas com rápida recuperação

Em 2021 tivemos:

- Primeiro trimestre fantástico, segundo trimestre exuberante com bons resultados de vendas para governo
- Terceiro e quarto trimestre EXUBERANTES!

## Em 2022 tivemos:

- Primeiro trimestre quebrando recorde histórico
- Segundo trimestre muito bom!

Trimestre (*)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Primeiro	10%	8%	10%	2%	8%	16%	21%
Segundo	3%	6%	8%	8%	5%	27%	22%
Terceiro	5%	9%	11%	10%	10%	21%	24%
Quarto	1%	15%	12%	14%	13%	28%	24%
<b>TOTAL ANO</b>	<b>5%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>	<b>23%</b>	<b>23,4%</b>

(\*) comparação com o mesmo período do ano anterior

# Expectativas para 2022 e 2023

Crescimento comparado com ano anterior	Total Geral	Hardware	Software	Serviços	IaaS	PaaS	SaaS
<b>Crescimento 2019</b>	<b>10%</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>	<b>10%</b>	<b>12%</b>	<b>10%</b>	<b>14%</b>
<b>Crescimento 2020</b>	<b>10%</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>	<b>29%</b>	<b>21%</b>	<b>18%</b>
<b>Crescimento 2021</b>	<b>23%</b>	<b>15%</b>	<b>19%</b>	<b>22%</b>	<b>35%</b>	<b>22%</b>	<b>32%</b>
<b>Crescimento 2022</b>	<b>23%</b>	<b>11%</b>	<b>15%</b>	<b>20%</b>	<b>32%</b>	<b>22%</b>	<b>31%</b>
<b>Crescimento 2023</b>	<b>22%</b>						
Turbina 1 - crescimento comparado com a média de mercado							
Turbina 2 - margem média do modelo de negócios							

As empresas de **hardware** e **software tradicionais** (on-premises) estão com as 2 turbinas ruins (receita recorrente e margem) além de estar com baixo nível de combustível, então, o voo pode ser curto...

- Empresas de **hardware tradicional** querem mudar o modelo de negócios, mas encontram dificuldades em "modelo mental", "cultura empresarial", e no sistema de remuneração
- Empresas de **software tradicional** tem que fazer investimentos gigantescos para modernizar suas soluções e para algumas empresas a conta simplesmente não fecha

As **empresas de serviços** estão com turbina ruim - alta demanda, e com o crescimento impactado pela falta de mão de obra

As **empresas de NUVEM** (IaaS, PaaS, SaaS) estão com as 2 turbinas boas. Existe uma grande janela de oportunidade em aumento de receita recorrente, mas tem que vigiar DE PERTO a turbina da MARGEM

# Agenda

**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresa e dos entrevistados**

**Resultados das empresas em 2020 e 2021**

**Expectativas para 2022 e 2023**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

# Margem de lucro líquida

Margem em 2021 por categoria	5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%
Empresa de serviços em nuvem				★			
Empresa de consultoria				★			
Empresa de serviços em TI tradicional				★			
Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software			★				
Desenvolvedor de software aplicativo (ISV)			★				
Revenda ou integrador de soluções			★				
Fabricante de hardware		★					
Distribuidor		★					
Serviços, consultoria ou treinamento				★			
Plataforma como serviço				★			
Software em nuvem (SaaS)				★			
Software tradicional ou on-premises			★				
Infraestrutura ou serviços computacionais na nuvem (IaaS)		★					
Equipamentos de hardware, rede ou telecom		★					
<b>Margem em 2021</b>			★				
<b>Margem estimada para 2022</b>			★				

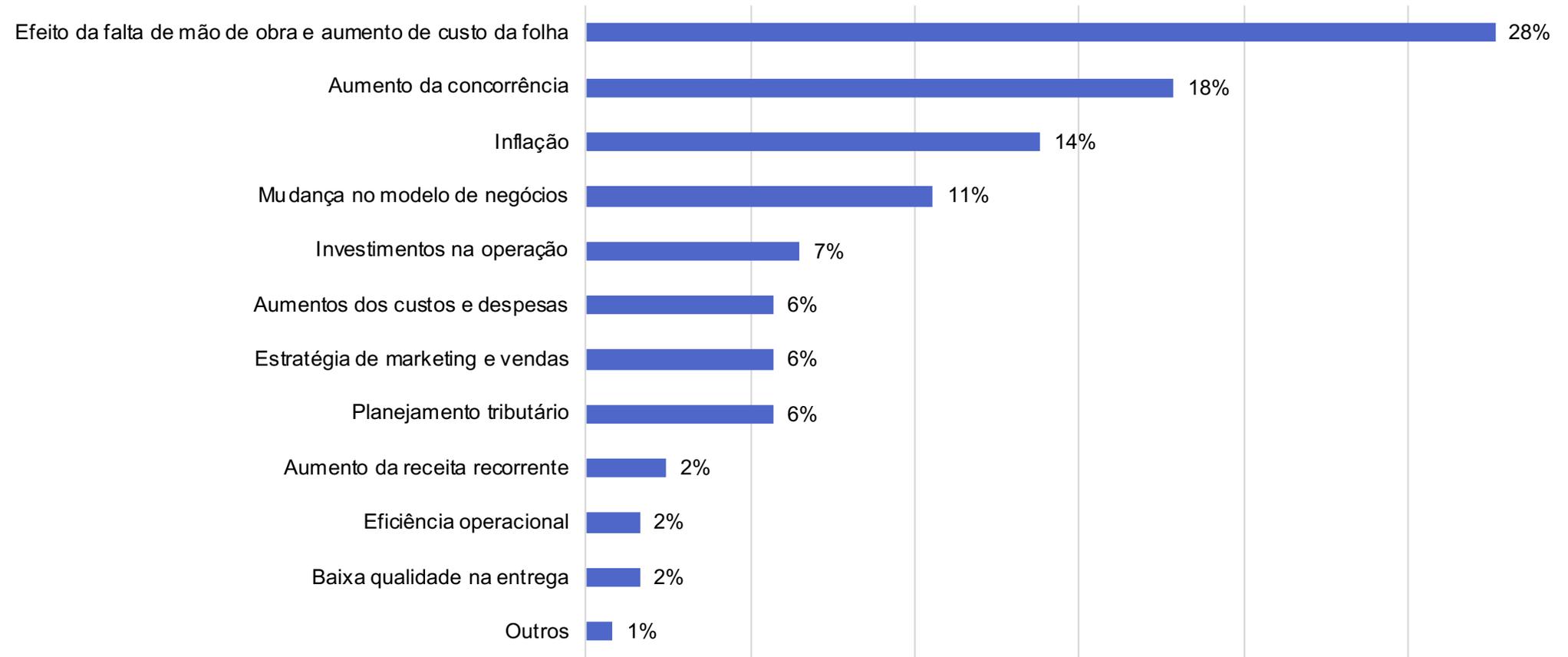
# O que está impactando a margem de lucro

Sabíamos que o efeito da mão de obra e inflação seriam citados como fatores de redução de margem, mas não esperávamos que 18% dos entrevistados pontuassem o aumento da concorrência como fator de redução de margem (até mais do que inflação)

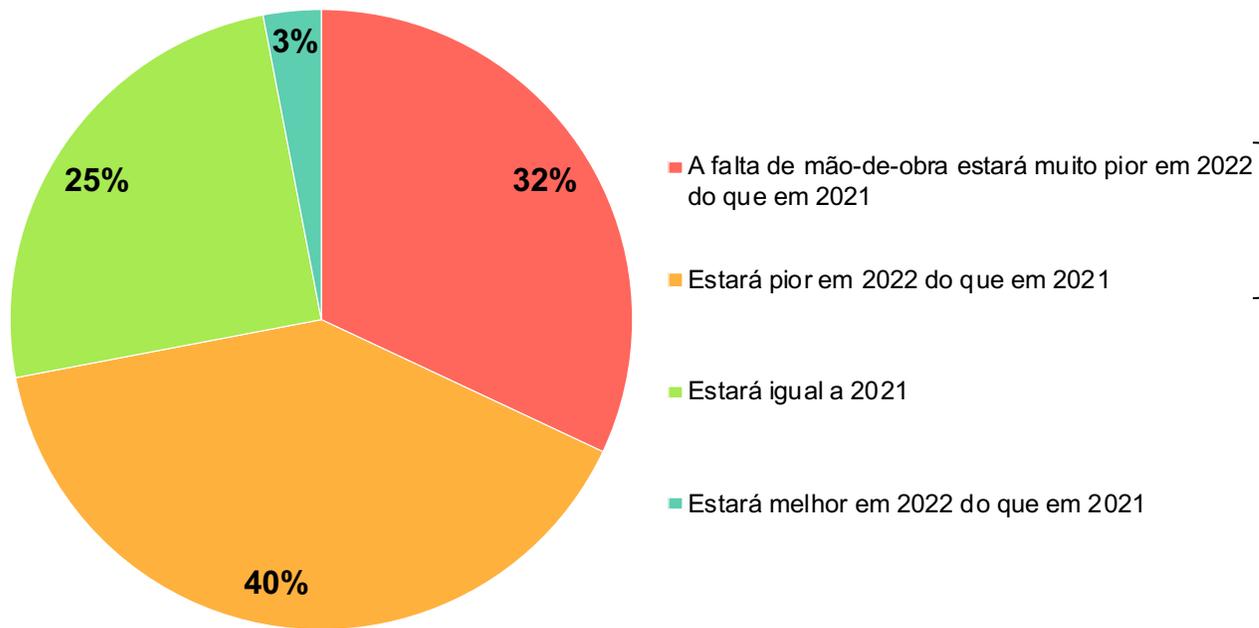
11% dos entrevistados acreditam que poderia aumentar a margem mudando o modelo de negócios

7% disseram que a margem está baixa porque estão fazendo investimentos na empresa

6% acham que poderiam melhorar a margem com planejamento tributário



# Impacto da falta de mão-de-obra



**72% dos empresários de TI acham que a falta de mão de obra estará PIOR em 2022 do que em 2021**

**Receita de bolo básica**  
Todo mundo deveria fazer...

## O que **MUITAS** empresas estão fazendo para minimizar o impacto:

- Atração com melhor discurso de marketing sobre a empresa
- Retenção com melhores benefícios
- Treinamento e capacitação interna
- Programa para estagiários, jovens aprendizes e hackatons
- Parceria com universidades e centros de ensino

**Estes empresários acham que falta de mão de obra é um problema que deve ser resolvido por RH**

**Receita de bolo avançada**  
Aumenta a margem  
Reduz o risco do negócio  
Aumenta a competitividade

## O que **POUCAS** empresas estão fazendo para minimizar o impacto:

- Usar ferramentas de desenvolvimento low-code ou no-code
- Uso de bibliotecas ou brokers de APIs incluindo integração de sistemas
- Criar processos, procedimentos e documentação para replicar atividades
- Automação e uso intenso de software para aumento de produtividade
- Robotização de processos e atividades, e uso de Inteligência Artificial

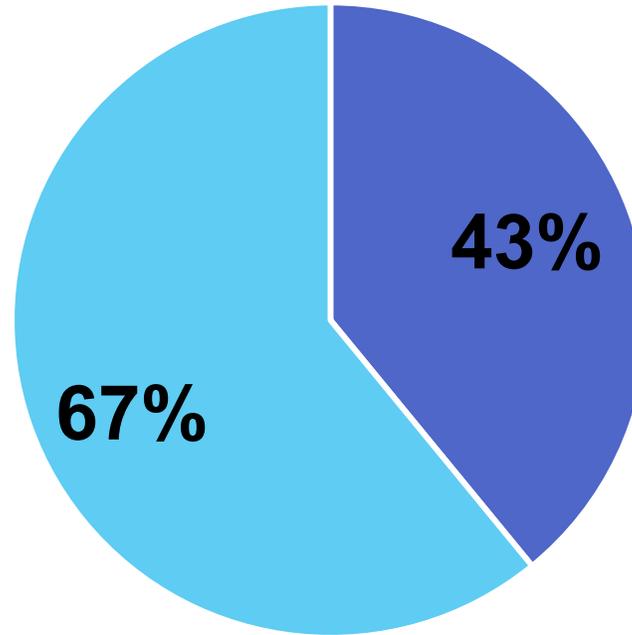
**Estes empresários pensam estrategicamente em como ganhar eficiência e transformar falta de mão de obra em diferencial competitivo**

# Receita recorrente (% do faturamento)

<b>Atividade principal da empresa</b>	<b>% receita recorrente</b>
Desenvolvedor de software aplicativo (ISV)	73 %
Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software	57 %
Empresa de serviços em TI tradicional	57 %
Empresa de serviços em nuvem	53 %
Revenda ou integrador de soluções	33 %
Fabricante de hardware	32 %
Empresa de consultoria	30 %
Distribuidor	26 %
<b>Oferta principal da empresa</b>	
Plataforma como serviço	59 %
Software em nuvem (SaaS)	59 %
Software tradicional ou on-premises	58 %
Infraestrutura ou serviços computacionais na nuvem (IaaS)	46 %
Serviços, consultoria ou treinamento	45 %
Equipamentos de hardware, rede ou telecom	25 %

# Estratégia para aumento de receita recorrente

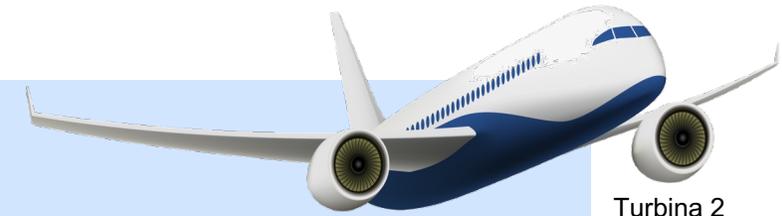
Acham que já estão com as ofertas corretas na carteira, mas precisam de **maior foco e eficiência em marketing e vendas**



Acham que precisam criar novas ofertas

# Como aumentar a eficiência do time de vendas

Segundo os empresários entrevistados



Turbina 2  
eficiência em vendas  
(margem)

## Receita de bolo básica (todo mundo já deveria fazer)

- Implementar **SDR** para prospectar oportunidades de maneira mais eficiente e barata
- Implementar ferramenta e cultura de **CRM** para controle de **pipeline**
- Alocar um **administrador de vendas** para suportar time de vendas, analisar funil e propor melhorias
- **Treinar e capacitar** a equipe em metodologias de vendas consultivas

## Receita de bolo avançada (para aumentar a margem)

- Ter um **gestor** analisando, planejando, controlando a execução, e prestando mentoria aos vendedores
- **Mapear o mercado**, as necessidades e as oportunidades (mercado-alvo ou segmento-alvo)
- Ter um bom **plano de vendas** com designação de territórios, carteiras e contas
- Definir **cesta de indicadores** de desempenho para o vendedor e atrelar à remuneração
- Ter **plano de contas** para as principais contas da base ou contas-alvo
- **Alinhar marketing** para gerar demanda e oportunidades segundo o que está no plano de vendas
- Ter uma estrutura alinhada entre vendas, **pré-vendas e pós-vendas** (customer success)
- Implementar ferramenta e cultura de **FORECAST**
- **Treinar e capacitar** a equipe em técnicas avançadas de abordagem, qualificação e negociação
- "**Oxigenar**" vendedores com baixo desempenho

# Histórico: estratégia de venda na base

**Venda na base** é a **estratégia PREFERENCIAL** dos empresários de TI quando o mercado está difícil

- A venda na base, tipicamente, é mais fácil, rápida e apresenta menor custo de venda

Anos onde a **estratégia de venda na base** foi adotada:

- 2015 e 2016 na crise Dilma
- 2020 na incerteza do que o mercado traria com a pandemia

Anos onde a **estratégia de expansão da base** foi adotada:

- 2017 e 2018 onde o mercado estava muito próspero
- 2019 foi um ano que os empresários sabiam que seria difícil, mas mantiveram a EXPANSÃO, talvez de maneira equivocada

**Em 2022 os empresários de TI estão adotando EXPANSÃO:**

- Venda para novos clientes e novos segmentos de mercado
- Venda para novas geografias de maneira direta ou indireta (usando canais)
- Venda de novos produtos e serviços

Estratégia de vendas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Venda na base	62%	46%	24%	21%	16%	45%	30%	15%
Expansão	38%	54%	76%	79%	84%	55%	70%	85%

# Histórico: estratégia de vendas indiretas

Quando o mercado está **DIFÍCIL** vemos dois movimentos nas estratégias de vendas indiretas:

- As empresas que já trabalham com canais acabam vendo que o canal está "lento" no momento de crise, e acabam acelerando seu processo de vendas diretas, economizando a margem que pagariam para o intermediário
- As empresas que ainda não trabalham com canais olham para a estratégia de vendas indiretas como uma alternativa para enfrentar as dificuldades que estão tendo com as vendas diretas. Implementar um bom sistema de vendas através de canais leva, seguramente, mais de 6 meses

Quando o mercado está **BOM** vemos dois movimentos nas estratégias de vendas indiretas:

- As empresas que já trabalham com canais treinam e gerenciam seu canal para que eles trabalhem no máximo potencial
- As empresas que ainda não trabalham com canais não olham para canais como alternativa, preferem vender diretamente

O "**interesse**" em trabalhar com canais leva de **1 a 2 anos** até o canal estar selecionado, recrutado, treinado e gerando resultados. É uma estratégia de longo prazo e **não deveria** ser mudada a cada ano.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Empresas que já trabalham com canais	42%	48%	53%	48%	48%	52%	45%
Empresas interessadas em trabalhar com canais	28%	25%	13%	21%	28%	25%	21%
Já trabalham + interessadas	70%	73%	66%	69%	76%	75%	66%

# Histórico: estratégia para internacionalização

De **2008 a 2017** a exportação estava inversamente atrelada com a demanda do mercado doméstico, ou seja, **quando o mercado doméstico melhorava, a exportação caía**

A **partir de 2017** começamos ver o índice de empresas que exportam crescer muito mais em função das empresas e negócios Start-ups do que em função do mercado doméstico, representando um **AMADURECIMENTO do mercado**

Em **2020** a pandemia obrigou um replanejamento e incentivou as empresas a **focarem nos mercados domésticos**

Em **2021 e 2022** o mercado doméstico Brasileiro será altamente promissor, novamente incentivando as empresas a estabelecerem prioridade para o território nacional

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Empresas que já exportam	15%	12%	13%	16%	17%	18%	19%
Empresas interessadas em exportar	35%	30%	30%	31%	30%	25%	22%
Já trabalham + interessadas	50%	42%	43%	47%	47%	43%	41%

# Histórico: investimentos em marketing e vendas

Lá por volta do ano 2000 os empresários tinham como balizador que as empresas de TI investiam:

- 1% do faturamento em marketing - que era basicamente institucional, fazendo folhetos e eventos
- 10% a 15% do faturamento em vendas - incluindo todas as despesas da equipe de vendas

A Internet começou a mudar a forma como o mercado consumidor de TI buscava informações e articulava suas compras. Em 2011/2012 começamos a falar sobre marketing digital que foi ainda mais importante em uma época onde comprador e vendedor estavam trabalhando em casa

Também em 2011/2012 começamos a falar sobre o papel do SDR (Sales development representative) gerando leads qualificados para a equipe de vendas. Na maioria das empresas de TI, o SDR está na estrutura de marketing

## Mudanças percebidas em 2022:

- As empresas de TI transferiram investimentos em marketing digital para marketing tradicional, em especial, eventos
- A falta de mão de obra está inflacionando os salários e aumentando os custos com equipe de vendas

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Marketing tradicional (incluindo equipe)	2,5%	2,5%	2,0%	2,5%	2,5%	2,6%	0,9%	1,6%	2,7%
Marketing digital (incluindo custos de SDR)	0,9%	1,9%	3,0%	3,9%	4,5%	3,8%	4,5%	3,9%	3,0%
Equipe de vendas (salário, comissão, treinamentos e atividades com clientes)	10,2%	10,0%	10,0%	9,8%	9,6%	9,5%	8,0%	7,0%	8,8%

# Balizadores de investimento para 2022

Os investimentos em marketing e vendas mudam muito conforme o modelo de negócio da empresa de TI

Em especial a pandemia, mudou muito a dinâmica de compra e venda de tecnologia, exigindo marketing digital e vendas através de meios digitais

Muitas empresas de TI ainda estão com estruturas de marketing e vendas antigas, com custos e resultados inadequados...

Atividade principal	Percentual do faturamento previsto para 2022, investido ou gasto com atividades da empresa						
	Marketing tradicional (incluindo custo da equipe)	Marketing digital (incluindo SDR)	Equipe de vendas (*)	Custos administrativos	Folha de pagamento	Impostos	TOTAL
Desenvolvedor de software aplicativo (ISV)	2,6	3,2	8,9	7,3	48,8	13,6	84,2
Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software	2,6	1,8	9,1	7,1	48,3	16,1	85,1
Distribuidor	5,3	3,5	7,0	4,0	35,0	16,0	70,8
Empresa de consultoria	2,9	4,1	10,3	9,4	35,6	15,8	78,1
Empresa de serviços em nuvem	4,7	3,5	5,2	6,8	31,9	18,8	70,8
Empresa de serviços em TI tradicional	1,8	1,8	7,8	10,0	42,8	19,9	84,0
Fabricante de hardware	1,8	2,0	5,3	12,3	38,0	16,7	76,2
Revenda ou integrador de soluções	2,5	4,0	10,4	5,8	25,2	17,6	65,5
<b>Oferta principal</b>							
Equipamentos de hardware, rede ou telecom	2,8	2,9	9,7	9,3	22,0	19,4	66,0
Infraestrutura ou serviços computacionais na nuvem (IaaS)	2,0	1,6	8,1	6,5	26,6	19,7	64,5
Plataforma como serviço	5,3	3,3	8,0	9,0	22,8	15,3	63,5
Serviços, consultoria ou treinamento	2,0	2,8	7,7	6,6	41,1	17,9	78,0
Software em nuvem (SaaS)	3,7	4,5	10,0	8,5	42,0	14,2	82,9
Software tradicional ou on-premises	2,9	1,6	9,6	7,8	46,5	15,7	84,1

(\*) incluindo salário, comissão, treinamentos e atividades com clientes



# Agenda

**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresa e dos entrevistados**

**Resultados das empresas em 2020 e 2021**

**Expectativas para 2022 e 2023**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

# Minhas conclusões



# Receita de bolo para 2022 e 2023

## Receita de bolo básica

- Analisar o mercado (oportunidades e ameaças)
- Redesenhar o **modelo de negócio** para atender a demanda de maneira diferenciada
- Escolher corretamente a **carteira de ofertas**
- Estabelecer um **plano com estratégias e ações**
- Estruturar as áreas de marketing e vendas
- Ter **GRANDE disciplina** na execução do plano
- Pensar em **INOVAÇÃO**
- Ter **VELOCIDADE** para planejar, executar, aprender e ajustar o plano

## Receita de bolo avançada

- Preparar marketing e vendas para "**destravarem**" os clientes
- Criar **processos, automatizar e robotizar** (incluindo inteligência artificial) tudo o que for possível
- **Fazer mais com menos e fazer muito melhor**

São muitas **mudanças** e muitos **investimentos**. Você pode entender como sendo investimentos que saem da sua **margem atual**, ou como investimentos que vão garantir sua **margem futura**

**ADVANCE Consulting**

**Advance Your Sales**  
**consultoria e treinamento para**  
**vender mais e melhor**

[www.advanceconsulting.com.br](http://www.advanceconsulting.com.br)

Estudo trimestral sobre o  
mercado Brasileiro de TI