

# iMonitor IT

## Abril de 2024

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

## O mercado de TI está passando por mudanças profundas

Eu demorei muito publicar o resultado desta pesquisa. O motivo é que tive que conversar com muitos executivos para conseguir mapear exatamente o que estava acontecendo com o mercado de TI.

O segundo trimestre de 2023 foi mais fraco do que o esperado. As empresas ficaram inseguras, com o momento de mercado, e colocaram os investimentos de TI em "freeze" (congelamento). Naquele momento as empresas sinalizaram que o "freeze" não seria corte de orçamento e que o quarto trimestre de 2023 seria bastante agitado para vendas de TI.

A primeira má notícia veio quando consolidamos os dados de 2023. Era previsto um crescimento de 23%, mas o quarto trimestre foi mais fraco do que o esperado e o ano fechou com 21% de crescimento. Dois pontos percentuais de diferença não são uma tragédia, mas recomendam atenção.

A segunda má notícia veio quando consolidamos os dados do primeiro trimestre de 2024, mostrando apenas 16% de crescimento.

Aqui começou uma grande fase investigativa para saber se estávamos diante de um "solução" ou se algo maior afetaria os resultados do mercado de TI para 2024 e 2025.

### Agradecimentos especiais:

Esta é a 65ª edição da pesquisa trimestral que fazemos no mercado de TI e agradecemos todos os profissionais que dedicam tempo para responder o questionário. Acreditamos que as informações são valiosas para que os executivos de TI tomem melhores decisões.



**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresas e dos entrevistados**

**Expectativas para 2024 e 2025**

**Tendências...**

**Balizadores de receita, margem e investimento**

**Minhas conclusões**

**Sobre a ADVANCE e esta pesquisa**

**Sumário executivo**

**Perfil das empresas e dos entrevistados**

**Expectativas para 2024 e 2025**

**Tendências...**

**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**

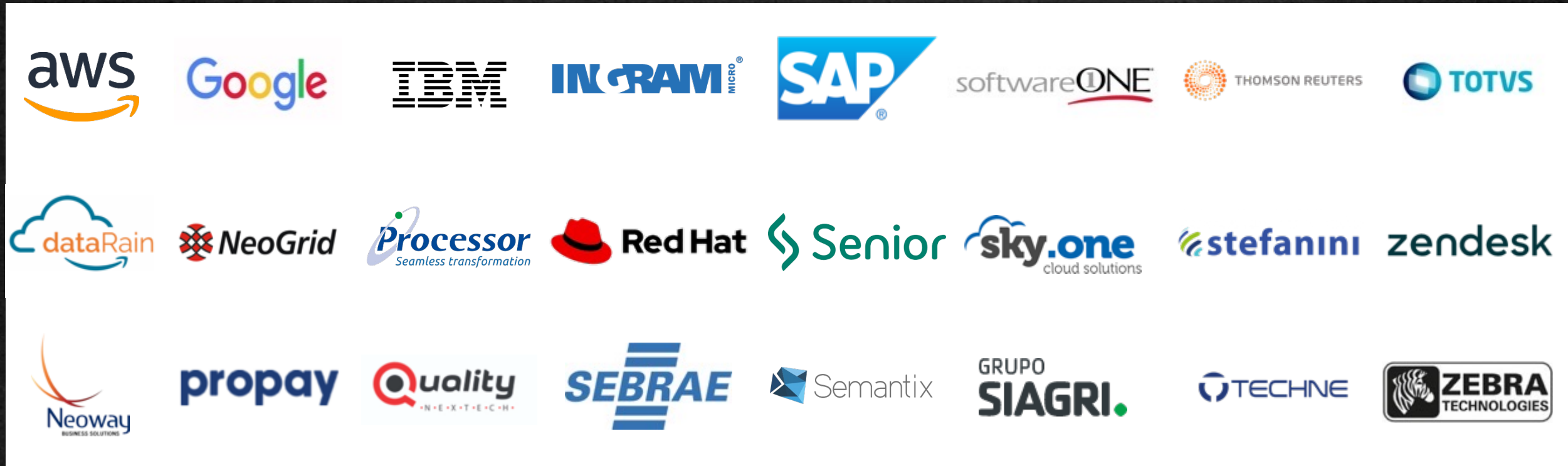
Formado em Matemática e Física Nuclear pela USP



# 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



**Aumento de receita recorrente**

### **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



**Aumento de margem de lucro**

### **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**





Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

**Sumário executivo**

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2024 e 2025

Tendências...

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

# Sumário executivo - sobre 2023 e 2024

## ▪ Sobre 2023

- Começamos o ano com uma onda de demissões nas empresas de TI americanas e europeias, gerando pedido de cortes de headcount (pessoas) no Brasil independentemente do resultado local. Na virada do semestre tivemos mais uma grande "dança de cadeiras"
- **O primeiro trimestre de 2023 apresentou uma SURPRESA EXCELENTE com 20% de crescimento**
- O **segundo trimestre** é, historicamente, o mais fraco do ano. Em 2023 o segundo trimestre teve "congelamento" de investimentos deixando várias empresas preocupadas. Naquele momento as empresas sinalizaram que o "freeze" não seria corte de orçamento e que o quarto trimestre de 2023 seria bastante agitado para vendas de TI
- O **terceiro trimestre** foi excelente com 25% de crescimento e deixando o mercado otimista
- O **quarto trimestre** foi uma **SURPRESA RUIM** com apenas 23% de crescimento
- 2023 encerrou com apenas 21% de crescimento contra os 23% originalmente previstos

## ▪ Sobre o primeiro trimestre de 2024

- O resultado do primeiro trimestre ficou abaixo das expectativas, representando apenas 16% de crescimento
- O segundo ano de mandato presidencial é um ano diferente. É o ano em que, tipicamente, são tomadas ações impopulares causando muita insegurança no mercado e, com isto, travando compras e investimentos de TI. É um ano, também, onde governos estaduais e municipais querem mostrar "bom serviço" e conseguir eleger seus candidatos. Tudo isto é conhecido e deveria estar no planejamento das empresas

## ▪ Solução ou impacto permanente?

- Os resultados abaixo do esperado para o quarto trimestre de 2023 e o primeiro trimestre de 2024 acenderam uma luz de alerta. Será que estaríamos diante de um "escorregamento" ou será que o resultado seria permanentemente afetado?
- A dúvida gerou um trabalho investigativo mais profundo, postergando o resultado da pesquisa
- Os empresários de TI continuam confiantes de que 2024 será um ano bom com 23% de crescimento e que o segundo semestre será EXUBERANTE
- **A ADVANCE está mais cautelosa e acha que o segundo trimestre será chave no crescimento de 2024**
- **O segundo trimestre é, tipicamente, o trimestre mais fraco do ano. Se isto acontecer, também em 2024, então o resultado do ano estará comprometido e deverá ficar entre 20% a 21% de crescimento**

# Sumário executivo - sobre 2023 e 2024

- **O que estava bom em 2023 e que continuará bom em 2024**
  - **Venda de tecnologia para SMB (pequenas e médias empresas)** - este é um mercado enorme e que passou a consumir tecnologia, de maneira mais intensa, durante pandemia. Aprenderam que a tecnologia é essencial para a sobrevivência e para o crescimento
    - A venda de NUVEM e de Cybeseurança para SMB estava com projeções altas
    - Os mercados de Saúde, Educação e Indústria estavam acendo com bons planos de investimento em tecnologia
  - **Os empresários de TI estavam redesenhando suas empresas para aumentar receita recorrente e margem**
    - Para aumentar a receita recorrente os empresários estão repensando suas ofertas, empacotamento e formas de comercialização
    - Para aumentar a margem estão repensando como ganhar escala em vendas e operações, como produtizar serviços, como aumentar o desempenho do time
    - Os empresários, que normalmente estavam focados em poucos e grandes clientes, começaram a pensar formas de atender clientes menores
- **O que não estava bom em 2023 mas já estava no planejamento**
  - Insegurança política, fiscal e tributária gerada por movimentos do governo e segundo ano eleitoral - já passamos por isto antes...
  - Falta de mão de obra, gerando aumento dos custos de contratação - já tivemos em situação muito pior do que está agora...
  - Insegurança de guerra na Ucrânia, Oriente Médio e baixo desempenho da China - já tivemos piores nestas situações
- **De onde saiu o "solução"????**
  - São vários fatores que isoladamente não teriam impacto, mas juntos criaram uma barreira de consumo de tecnologia
  - SMB comprou menos tecnologia do que estava originalmente previsto, fruto de várias inseguranças com tecnologia, mas é um mercado promissor
  - As empresas de TI foram mais lentas em oferecer serviços para seus clientes
  - Várias tecnologias saíram do estágio de consumidores "inovadores e visionários" para o estágio de "conservadores" - que não comprarão com a mesma velocidade e entusiasmo do "inovadores e visionários" e ainda exigirão casos de sucesso, provas de conceito, estudos de retorno do investimento e uma argumentação de vendas totalmente diferente. Estão entre estas tecnologias: BI, RPA, low-code e Nuvem Pública. Neste momento de transição, os fornecedores da tecnologia "antiga" tiram proveito do momento de mercado para lançar dúvidas e conseguir consumidores que voltarão a comprar do "mundo velho"



# Sumário executivo - sobre 2023 e 2024

## ▪ O soluço de BI e RPA

- São duas soluções que eu, particularmente, acredito muito. Venderem muito e deram uma "embarrigada" na transição para os conservadores. Seguramente ganharão novo espaço com Inteligência Artificial. Sairão do "vale" e passarão por novo crescimento

## ▪ O soluço de low-code

- Low-code tem sido um grande sucesso fora do Brasil - ajudando os desenvolvedores a codificarem de maneira mais rápida e produtiva. Existe uma quantidade ABSURDA de software que precisa ser re-escrito para Nuvem e será IMPOSSÍVEL fazer da forma tradicional. No Brasil, algumas poucas empresas se beneficiaram, e a tecnologia foi para o "vale". Seguramente sairá "vale" no segundo semestre de 2024 para minimizar o encarecimento gerado pela falta de mão de obra. Contará com a Inteligência Artificial como aliada.

## ▪ O soluço da NUVEM

- Eu, particularmente, não acreditava que nuvem teria soluço, mas teve. Algumas revendas e integradores ainda pensam nuvem como sendo "hosting" ou "colocation" e fazem projetos de migração do tipo "lift and shift" sem se preocupar com a otimização. O resultado é que vários projetos ficam com custos mais elevados. No "vale" os conversadores começaram a questionar os custos e benefícios. Sair do "vale" significa, mais do que tudo, uma abordagem de vendas diferente mostrando aos clientes que ir para a nuvem é um jornada de várias etapas incluindo modernização e monetização
- Eu vou fazer o paralelo da migração de DOS para Windows. Houve uma etapa intermediária onde a aplicação rodava em "emulação de terminal" mas o custo computacional era maior. A transição "de facto" foi lenta e cara, e muitos provedores de solução morreram no meio do caminho porque não conseguiram fazer o investimento necessário para a migração exigida pela consumidores
- Na nuvem ainda estamos na etapa da "emulação de terminal" (lift and shift), mas o mercado começa a exigir novos desenhos, arquiteturas, segurança e serviços visando alta produtividade e custos baixos
- A empresa Canalys entrevistou várias revendas, integradores e desenvolvedores de software. Segundo o estudo mundial "para USD 1 de infra-estrutura de nuvem vendida" o parceiro pode chegar a um multiplicador de USD 6.4 em produtos ou serviços agregados". Aqui, no Brasil, o multiplicador medido está em 2.3 - o que significa que existe um espaço enorme de crescimento, e significa também, que estamos vendendo somente a infraestrutura da nuvem sem os produtos e serviços que dariam os benefícios que os clientes esperam. Então, criamos nosso próprio "soluço"

# Sumário executivo - sobre 2023 e 2024

- **O soluço do lucro com a venda de infraestrutura de nuvem**
  - Muitas revendas e integradores estão vendendo serviços básicos de nuvem (instâncias e armazenamento) com margem bruta de 4% a 7%. Isto que a empresa coloca os custos administrativos, financeiros, marketing, vendas, RH e operações, e fica com um EBITDA de ZERO, e um risco alto do cliente sofrer invasão e sobrar uma conta altíssima para pagar. Muitas revendas e integradores fecharam a contabilidade de 2023 e tomaram um susto grande. A solução é começar a agregar serviços como gestão de governança e segurança, gestão de custos, monitoramento e observabilidade, planejamento, arquitetura, desenho, sustentação e, quem sabe, oferecer soluções de terceiros ou mesmo criar sua própria propriedade intelectual
  - Muitas revendas e integradores estão agregando Cybersegurança - que é de vital importância para os clientes e mercado. O número de ataques aumenta a cada dia. Cybersegurança é como seguro de carro - não dá para não ter...
- **O soluço do lucro com a venda de serviço**
  - Vender serviço é uma ciência que tem que ser criteriosamente trabalhada. Neste estudo da ADVANCE identificamos MUITAS empresas com EBITDA próximo de zero em serviços. Vamos citar apenas algumas causas mais frequentes:
    - A empresa começa a oferecer terceirização de mão de obra commoditizada, ou seja, todo mundo oferece e a empresa não consegue criar um diferencial competitivo. Então pratica margem bruta de 10% o que vai levar o EBITDA para próximo de zero, e com o risco do cliente cancelar o contrato a qualquer momento deixando a empresa com a folha de pagamento "na mão"
    - A gestão dos projetos não é bem feita, criando "picos e vales" de uso de profissionais, ou seja, reduzindo drasticamente a margem de lucro
    - A empresa é "boazinha" e faz tudo o que o cliente pede, esquecendo de negociar ou cobrar as horas adicionais
    - O vendedor trabalha de maneira reativa e cada hora traz uma demanda diferente - o que significam projetos de baixa replicabilidade, ou seja, menor lucro
    - O vendedor não faz bem o trabalho de qualificação e gera um custo enorme de pré-vendas em cima de uma oportunidade que não ia fechar
  - Existem várias alternativas e soluções para melhorar a margem de lucro de serviços, entre elas:
    - Gestão de projetos mais eficientes
    - Implementar processos e procedimentos que possam ser automatizados e, quem sabem, até com o uso Inteligência Artificial
    - Usar ferramentas low-code para aumentar a produtividade de desenvolvimento
    - Criar "pacotes de serviços" que possam ser vendidos e implementados de maneira mais rápida e, com isto, maior margem

# Sumário executivo - sobre 2023 e 2024

- **A inteligência artificial**
  - Conversei com muitas revendas, integradores e clientes antes de escrever este tópico
  - O que eu ouvi dos clientes: "esta coisa de inteligência artificial vai mudar **TUDO**, então, vou esperar um pouco para comprar tecnologia. Não quero comprar algo que esteja defasado daqui 1 ano".
  - Este **TUDO** pode ser uma mega problema para venda de tecnologia em 2024.
  - O consumidor acha que **TUDO** vai mudar - só não consegue explicar o quê
  - A revenda e o integrador (vendedor) acham que **TUDO** vai mudar - só não conseguem explicar para os clientes o que vai mudar e os impactos no negócio
- No mercado SMB, a Inteligência Artificial, que era para ser um impulsionador de vendas de vendas de tecnologia, está provocando incertezas e segurando os investimentos. Do outro lado, os vendedores de tecnologia não estão preparados para lidar com isto, não sabem argumentar e não conseguem fechar as vendas
- Em algumas entrevistas com os consumidores, eu achei que estava diante de um novo "bug do milênio" quando as pessoas estavam aterrorizadas com o que aconteceria na virada do ano. O mundo não acabou no dia 1 de Janeiro de 2000 e seguramente o impacto foi infinitamente menor do que originalmente previsto
- Temos que cuidar para que a Inteligência Artificial não seja um "bug do milênio" travando as vendas de tecnologia
- Existem algumas atividades importantes aqui para a revenda e integrador:
  - Aprender que IA não é somente CHATGPT, existem muitas ferramentas diferentes desde tradutores e transcritores, passando por reconhecimento de voz e imagem, e indo para GenAI (com análise contextual, aprendizagem e recomendações)
  - Fazer uma lista de ferramentas que usará internamente e começar o piloto imediatamente
  - Fazer uma lista de ferramentas que podem ser utilizadas pelos seus clientes e começar o piloto imediatamente
  - Criar um discurso de marketing e vendas, mostrando que IA é uma jornada de muitos anos e que você tem ofertas PARA JÁ
  - Mostrar para o cliente que não comprar tecnologia agora, e esperar um futuro sem data marcada, não é uma boa opção. Tem que mostrar aos clientes o CUSTO DE NÃO TER



# Histórico: sobre 2022

- **2022 foi um ano com 3 eventos marcantes**
  - **A guerra da Ucrânia.** Em Fevereiro houve uma grande preocupação com o embarque de mercadorias para o Ocidente, e os impactos no aumento global da inflação por conta do preço de gás e petróleo. O impacto acabou sendo muito menor do que originalmente previsto
  - **Eleições presidenciais.** No começo do ano a expectativa era que o impacto nas vendas de TI seria baixo, mas depois do primeiro turno a insegurança gerada travou as vendas até o final do ano
  - **Copa do mundo.** Teve um impacto maior do que originalmente previsto, fazendo muitas negociações escorregarem para as duas últimas semanas do ano
- **Fechamos 2022 com 22,9% de crescimento sobre o ano anterior, confirmando que estamos em um novo platô de crescimento em TI justificado por:**
  - 5G alterando completamente a tecnologia e a 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 cybersegurança
    - Fábrica de software e alocação de desenvolvedores
- **Sobre o mercado de TI**
  - A falta de produtos fez muitas revendas de hardware repensarem seu modelo de negócios, agregando ofertas de nuvem e cybersegurança
  - Tivemos o recorde histórico de 11% das empresas com taxa de crescimento acima de 50%. A maioria delas são:
    - Empresas de serviço e desenvolvimento de software que conseguiram aumentar a escala com uso intenso de processos e automação de processos
    - Empresas de infraestrutura e consultoria em nuvem
  - Houve uma onda de demissões em empresas startups ou "candidatas a unicórnios", mas nada com impacto relevante no mercado total
  - As empresas de TI começaram a priorizar receita recorrente e margem

# 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

# 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 um número insignificante de empresas com retração - é a primeira vez que isto aconteceu desde que estamos fazendo as pesquisas. Tivemos 29% das empresas com crescimento entre 15 a 29%; 23% das empresas com crescimento maior de 30%
- Em **2022** batemos o recorde de 25% das empresas com crescimento acima de 30% no ano e **11% com crescimento acima de 50% no ano**
- **Para 2023 teremos 6% das empresas com mais de 50% de crescimento no ano; 10% das empresas com mais de 40% de crescimento**
- **Para 2024 devemos manter 7% das empresas com crescimento maior 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 (\*)
- Em **2020** tivemos 22% das empresas demitindo contra 47% contratando (\*)
- Em **2021** tivemos 5% das empresas demitindo contra 72% contratando
- Em **2022** tivemos 9% das empresas demitindo contra 61% contratando
- Em **2023** tivemos 17% das empresas demitindo contra 60% contratando(\*)
- Em **2024** a previsão é ter 3% das empresas demitindo contra 66% contratando

(\*) As empresas que demitiram neste ano tiveram muita dificuldade de crescimento e recontrações no ano seguinte



# 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, 2021 e 2022** as empresas que mais cresceram foram IaaS (infraestrutura) e SaaS (Software) - consolidando o mercado de CLOUD
  - Para 2023 e 2024 o mercado crescerá, em média, 23% com as empresas de IaaS (Infraestrutura como Serviço) e SaaS (Software como Serviço) crescendo acima de 33%, com destaque para ofertas de cybersegurança
- **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
  - Em **2022** aprendemos que é necessário repensar o modelo de negócios com Modernization & Monetization (M&M)
  - Para **2023** as empresas terão que aprender a chegar e vender para SMB (pequenas e médias empresas), o que exige estratégias diferentes de marketing e vendas
  - Para 2024 as empresas com alta taxa de crescimento serão: Empresas de TI com eficiência em marketing, vendas e operações (processos, procedimentos, automação, robotização); Empresas com uso de AI e GenAI para uso interno e como componente de oferta para seus clientes; e Empresas com escolha correta da carteira de produtos e clientes, ou seja, FOCO

# Modernization & Monetization

- **M&M (modernization & monetization)** será o tema mais discutido nos próximos 3 anos
- **Hardware modernization** é migrar para a nuvem com segurança e uma estrutura de custo eficiente
- **Software modernization** é migrar seu software on-premises para nuvem de maneira eficiente
  - Em média uma empresa de desenvolvimento de software (ISV) investirá o equivalente a 1 ano de faturamento para fazer o "full redesign" de sua aplicação para nuvem, e com isto, ter as vantagens de escalabilidade, desempenho e custos menores
  - 36% das empresas ainda estão com a maioria das suas soluções on-premises
  - 30% das empresas oferecem a versão nuvem via terminal services, ou seja, continuam com arquitetura monolítica e cara
  - Das empresas que foram para a nuvem, 67% ainda não usam containers ou micro-serviços
- **Software monetization** é repensar seu software para ganhar mais dinheiro com produto à medida que ele está sendo modernizado
  - 73% das empresas usam modelos antigos de monetização incluindo taxa de "setup" e 2 ou 3 modalidades comerciais
  - As empresas ainda não pensam em ter funcionalidades adicionais que o cliente poderia ir adquirindo e aumentando o valor do consumo
  - As empresas ainda não pensam em agregar serviços de terceiros e ganhar com isto
- **Integração com outros produtos**
  - Nos últimos 3 anos vimos o surgimento de marketplaces ou "brokers" de APIs. Em alguns deles a empresa de software se conecta ao "broker" e passa a ter acesso integrado a um grande número de soluções de mercado, incluindo serviços financeiros. Isto permite novas formas de "monetização" do software
  - 71% das empresas de software já integram seus produtos via API, e 34% integram com serviços financeiros, ou seja, poderiam ter um modelo de remuneração (monetização) diferenciado (mas ainda não tem...)

# Histórico de crescimento trimestre-a-trimestre

## Resultados financeiros de 2019

- O primeiro trimestre de 2019 apresentou 2% de crescimento sobre o mesmo período do ano anterior
- O segundo trimestre de 2019 apresentou 8% surpreendendo positivamente
- O terceiro trimestre de 2019 apresentou 10% continuando a surpreender positivamente
- O quarto trimestre de 2019 apresentou 14% superando todas as expectativas
- 2019 terminou com 9,6% de crescimento sobre 2018

## Resultados financeiros de 2020

- O primeiro trimestre de 2020 apresentou 8% de crescimento
- O segundo trimestre de 2020 apresentou 5% de crescimento com forte impacto do COVID
- O terceiro trimestre de 2020 apresentou 10% de crescimento sinalizando que tecnologia é essencial para a sobrevivência para a crise
- O quarto trimestre de 2020 apresentou 14% de crescimento surpreendendo todas as expectativas
- 2020 terminou com 10,4% de crescimento sobre 2019

## Resultados financeiros de 2021 - tivemos quebra de recorde histórico em todos os trimestres

- O primeiro trimestre de 2021 apresentou 16% de crescimento
- O segundo trimestre de 2021 apresentou 27% de crescimento
- O terceiro trimestre de 2021 apresentou 21% de crescimento
- O quarto trimestre de 2021 apresentou 28% 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 trimestre de 2022 apresentou 18% de crescimento com muitas transações "escorregando" para o quarto trimestre
- O quarto trimestre de 2022 apresentou 27% de crescimento
- 2022 terminou com 22,9% de crescimento sobre 2021

## Resultados financeiros de 2023

- O primeiro trimestre de 2023 apresentou 20% de crescimento e MUITO ACIMA das expectativas
- O segundo trimestre de 2023 apresentou 18% de crescimento com muitas negociações em "congelamento"
- O terceiro trimestre de 2023 foi espetacular e apresentou 25% de crescimento
- O quarto trimestre de 2023 foi bem abaixo do previsto com somente 23%
- 2023 terminou com 21,2% de crescimento sobre 2022

## Resultados financeiros de 2024

- O primeiro trimestre de 2024 foi bem abaixo do previsto com apenas 16% de crescimento

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

**Perfil das empresas e dos entrevistados**

Expectativas para 2024 e 2025

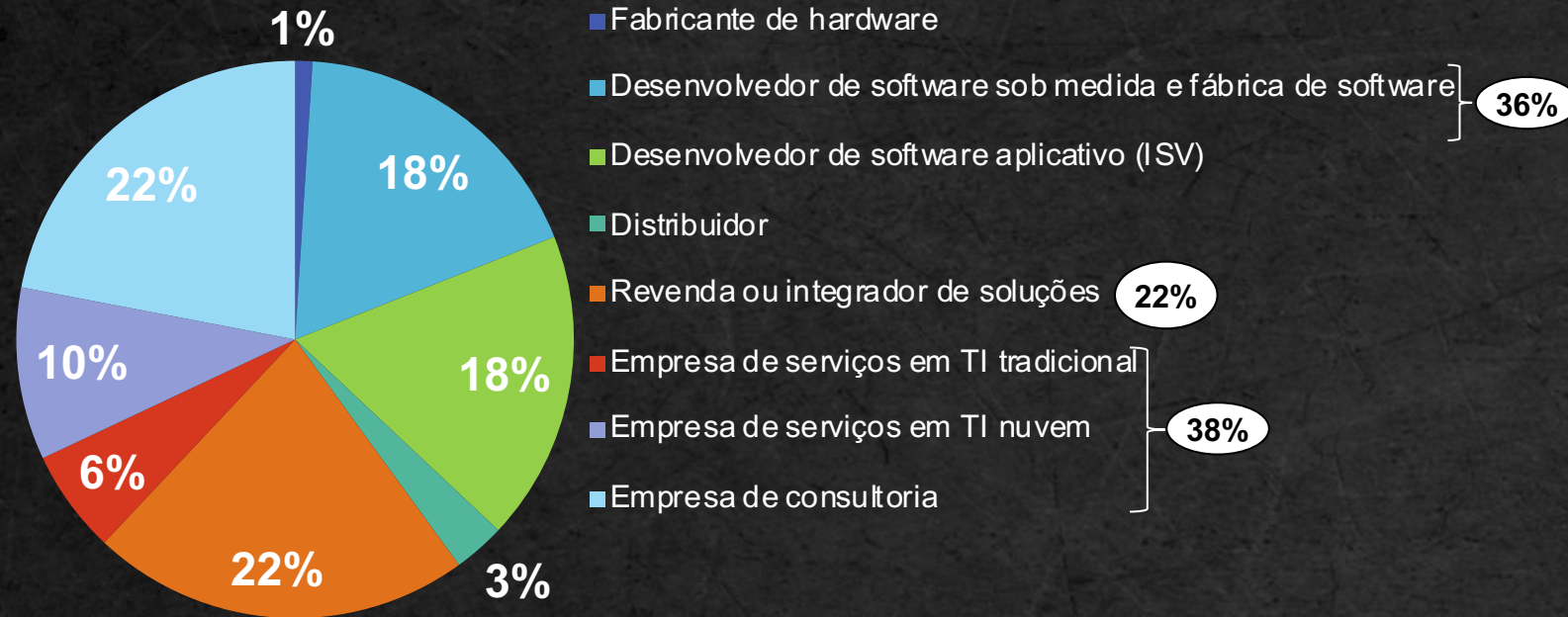
Tendências...

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

# Perfil das empresas pesquisadas

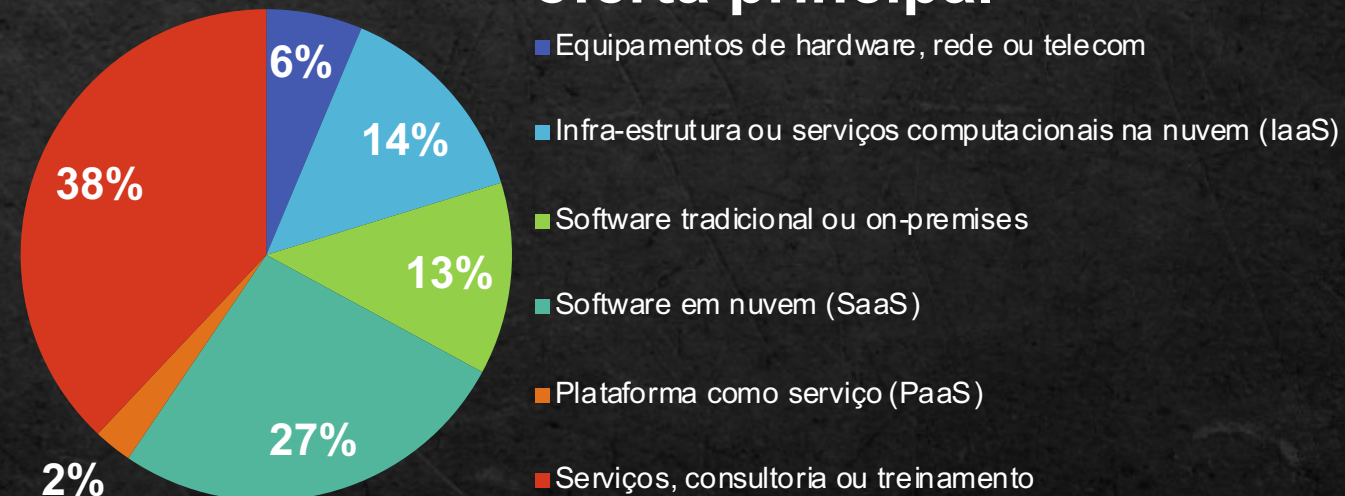
## atividade principal



A partir do final de 2020 começamos a ver o surgimento de várias Startups com ofertas de software aplicativo em nuvem

Vemos, trimestre-a-trimestre, empresas de TI que estão mudando o seu modelo de negócios e passando a oferecer NUVEM como parte do seu portfólio

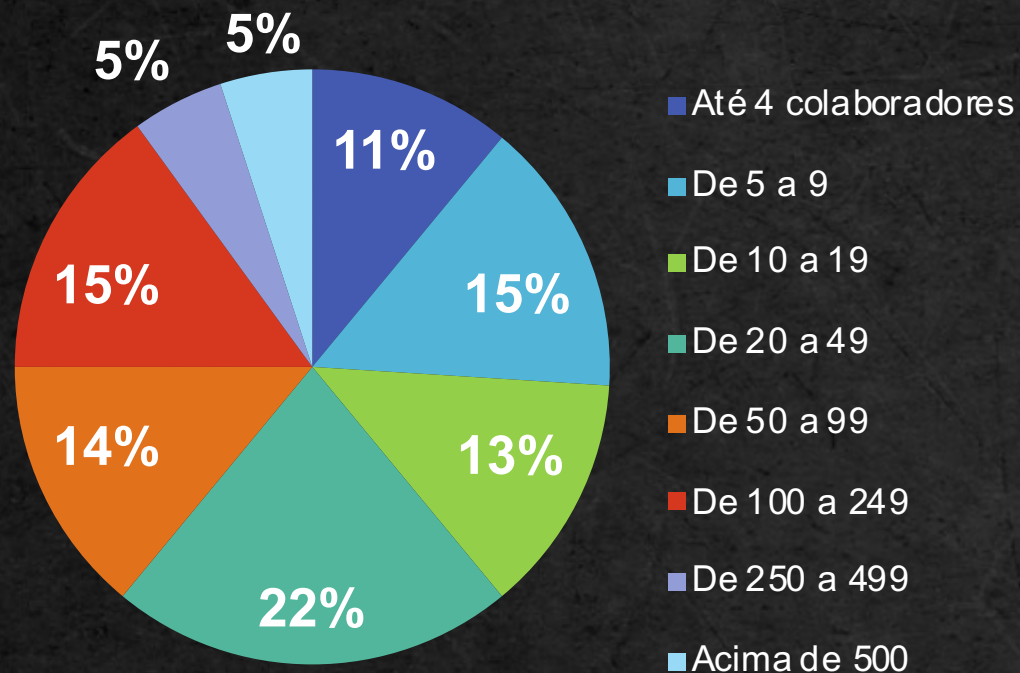
## oferta principal





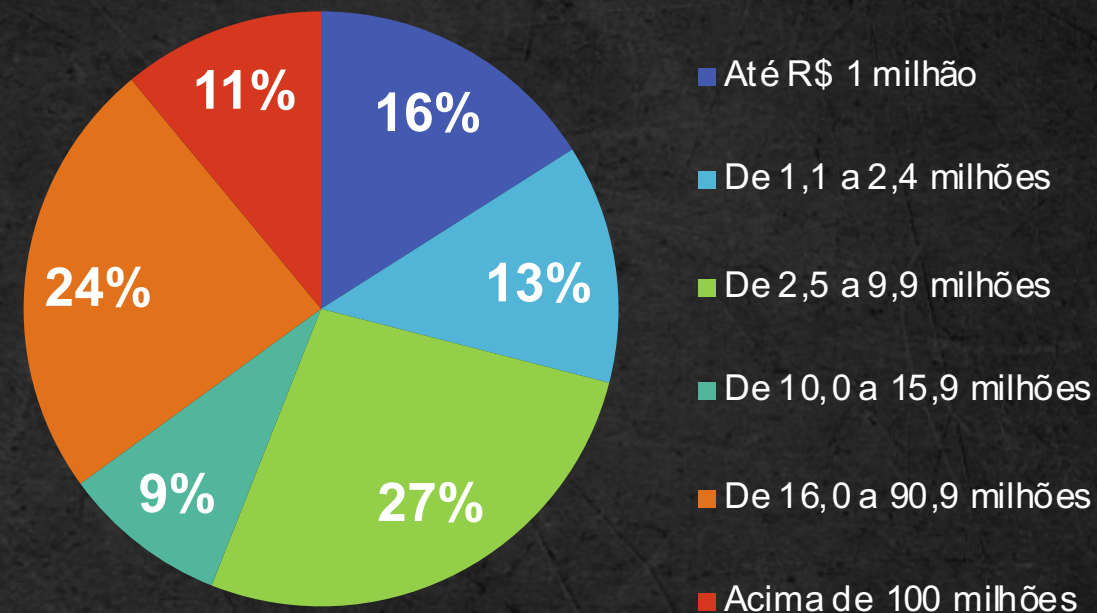
# Perfil das empresas pesquisadas

## Número de colaboradores no Brasil



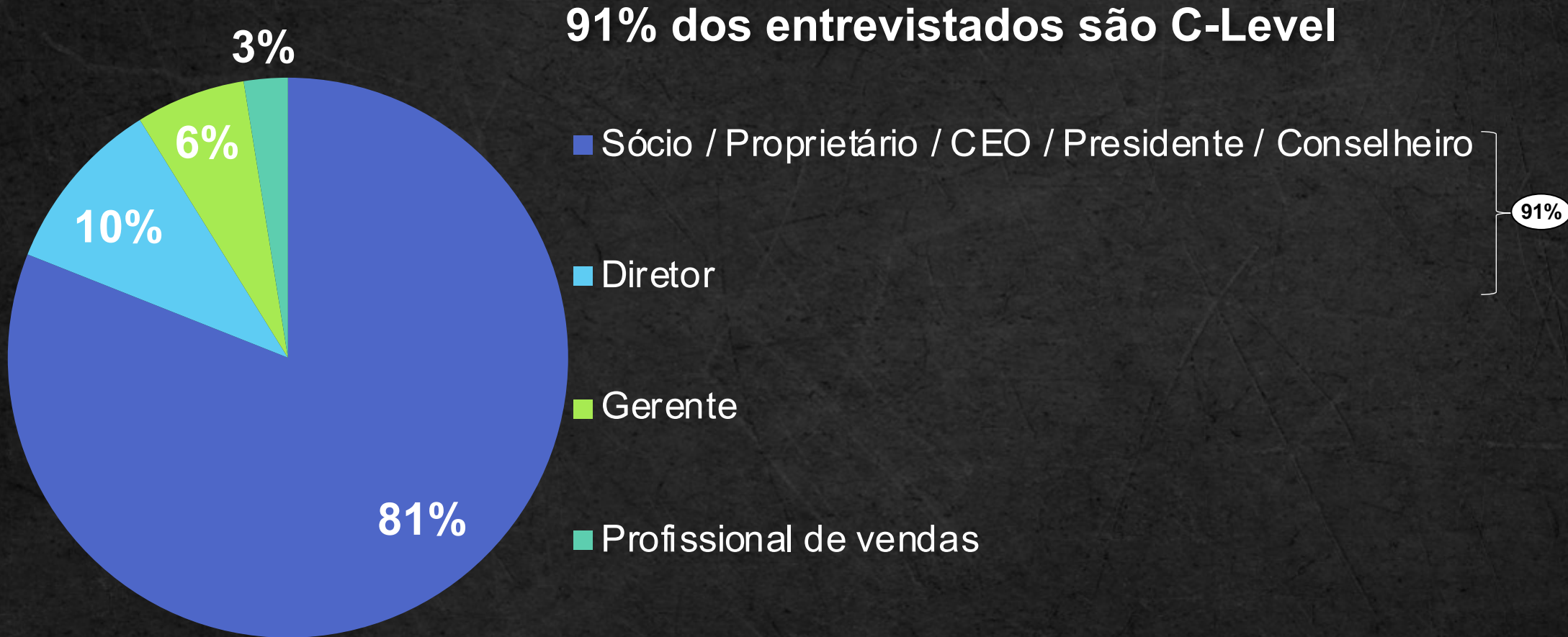
**11% com até 4 colaboradores**  
**49% com menos de 50 colaboradores**  
**29% com 50 a 250 colaboradores**

## Faturamento em 2023 no Brasil



**16% com até R\$ 1 milhão**  
**29% com até R\$ 2,4 milhões**  
**56% com até R\$ 10,0 milhões**  
**11% como mais de R\$ 100 milhões**

# Perfil dos entrevistados



Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

**Expectativas para 2024 e 2025**

Tendências...

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões



# Expectativa de crescimento da economia

## 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

## Crescimento para 2023 e 2024:

- Crescimento de 2,9% em 2023 e 1,9% em 2024 não é bom, mas é melhor do que tivemos nos últimos 10 anos

## Vender tecnologia em 2024:

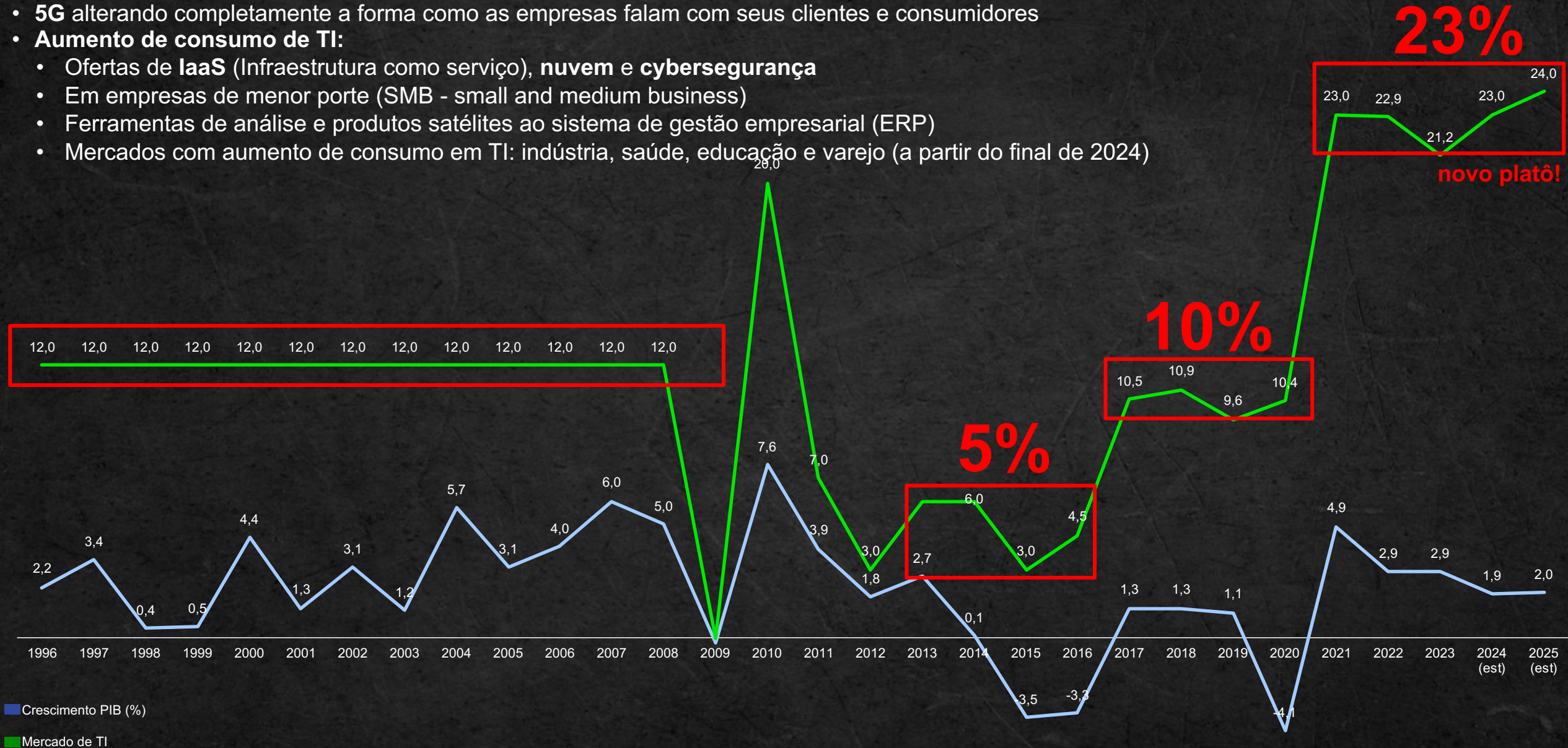
- O segundo ano de mandato presidencial é conhecido como o "ano das maldades" onde são divulgadas todas as ações impopulares, incluindo aumento de carga tributária. Tipicamente o mercado consumidor é mais cauteloso para projetos de alto investimento e longo prazo
- Aparentemente, alguns empresários de TI já sabem disto, já colocaram em seu planejamento, e terão equipes de vendas treinadas



# Expectativa de crescimento do mercado de TI

## Motivos que justificam o Quarto Platô:

- 5G alterando completamente a forma como as empresas falam com seus clientes e consumidores
- **Aumento de consumo de TI:**
  - Ofertas de **IaaS** (Infraestrutura como serviço), **nuvem** e **cybersegurança**
  - Em empresas de menor porte (SMB - small and medium business)
  - Ferramentas de análise e produtos satélites ao sistema de gestão empresarial (ERP)
  - Mercados com aumento de consumo em TI: indústria, saúde, educação e varejo (a partir do final de 2024)

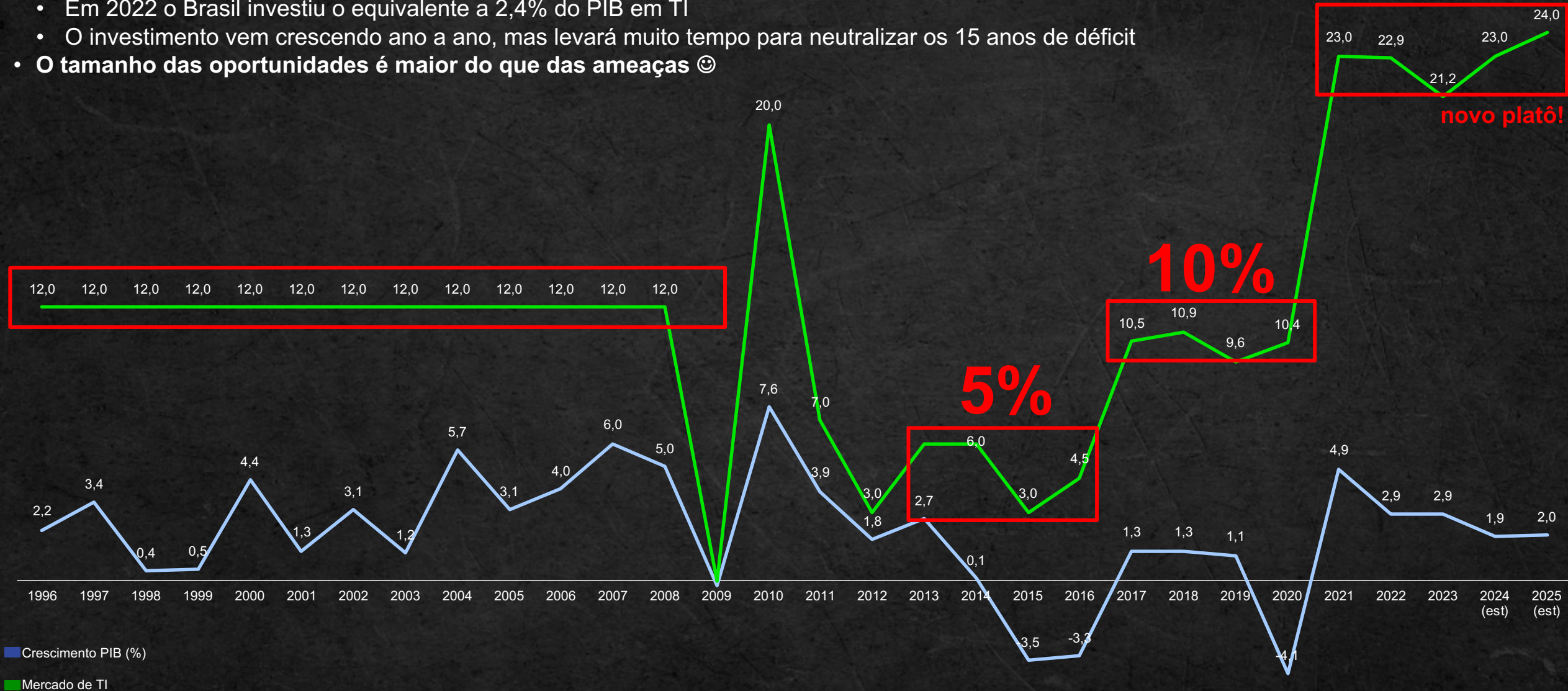




# Expectativa de crescimento do mercado de TI

## Motivos que justificam o Quarto Platô:

- **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 2022 o Brasil investiu o equivalente a **2,4%** do PIB em TI
  - O investimento vem crescendo ano a ano, mas levará muito tempo para neutralizar os 15 anos de déficit
- **O tamanho das oportunidades é maior do que das ameaças** 😊





# Expectativa de inflação

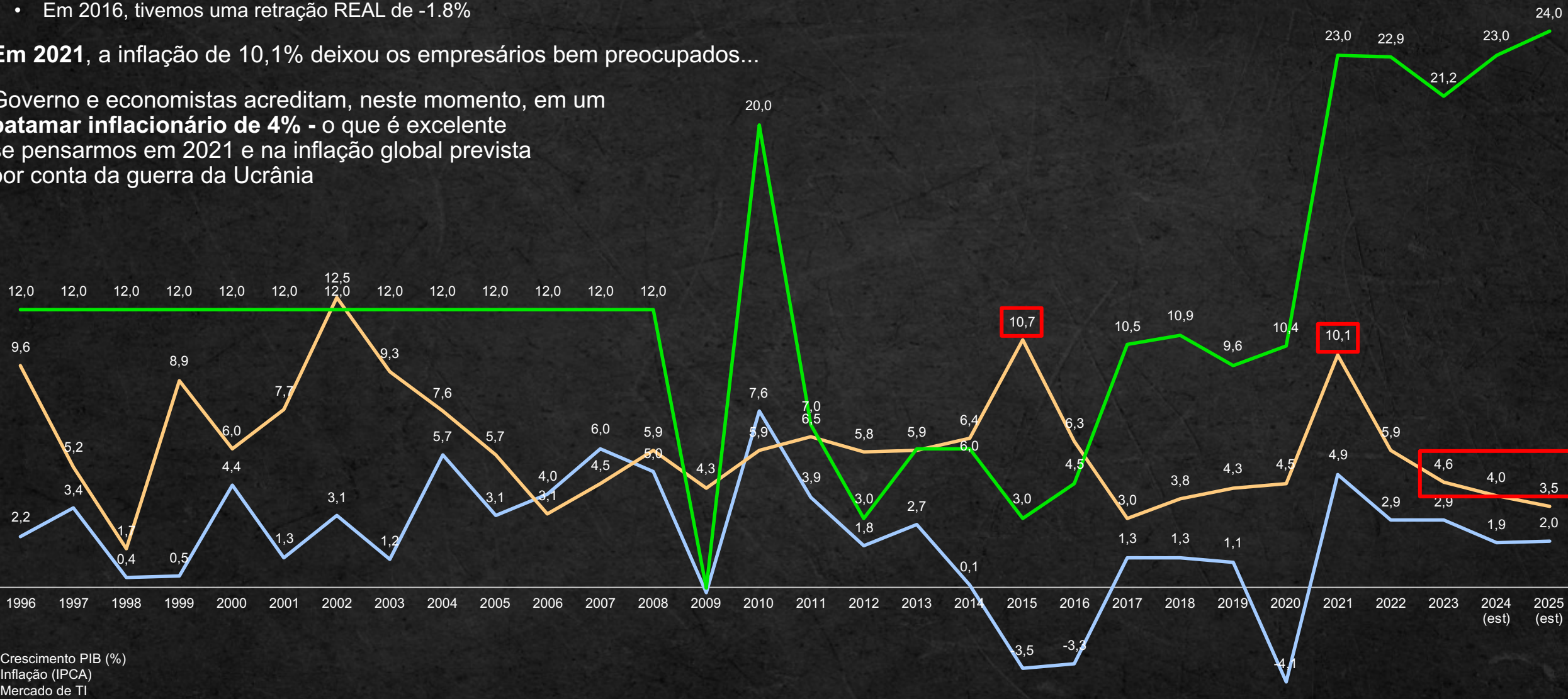
Em 2002 tivemos a mega desvalorização do USD no governo Fernando Henrique

Em 2015 e 2016 a inflação foi "matadora" 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%

Em 2021, a inflação de 10,1% deixou os empresários bem preocupados...

Governo e economistas acreditam, neste momento, em um **patamar inflacionário de 4%** - o que é excelente se pensarmos em 2021 e na inflação global prevista por conta da guerra da Ucrânia



# 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 foi o ano que passamos da barreira de 10% para 23% de crescimento!

Em 2022 foi ano com primeiro e segundo trimestres bons, e as vendas do terceiro trimestre escorregando para o quarto trimestre

## Em 2023 tivemos:

- Primeiro trimestre - a expectativa era de ser um trimestre fraco, mas registramos surpreendentes 20% de crescimento
- Segundo trimestre - houve um "congelamento" além do esperado mas, mesmo assim, com resultado muito bom de crescimento
- Terceiro trimestre - espetacular com crescimento de 25%
- Quarto trimestre - o crescimento esperado era de 27%, mas só registramos 23% com queda do resultado do ano para 21,2%

## Em 2024 temos:

- Primeiro trimestre - bem abaixo do esperado, gerando incertezas sobre o resultado de 2024

Trimestre (*)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	% no ano
Primeiro	10%	8%	10%	2%	8%	16%	21%	20%	16%	25%
Segundo	3%	6%	8%	8%	5%	27%	22%	18%		20%
Terceiro	5%	9%	11%	10%	10%	21%	18%	25%		25%
Quarto	1%	15%	12%	14%	13%	28%	27%	23%		30%
<b>TOTAL ANO</b>	<b>5%</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>	<b>23%</b>	<b>23%</b>	<b>21,2%</b>	<b>23%</b>	<b>100%</b>

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



# Polarização das empresas

A polarização é o efeito que temos onde, de um lado temos empresas indo muito bem, e de outro lado empresas não indo bem...

Em **2020** tivemos 18% das empresas tendo resultados piores do que ano anterior, e **74% com crescimento**

Em **2021** tivemos um número insignificante de empresas retraindo, mas inauguramos um patamar de **10% de empresas com crescimento acima de 50% no ano**

Em **2022** batemos o **recorde de 25%** das empresas com crescimento **acima de 30% no ano e 11% com crescimento acima de 50% no ano**

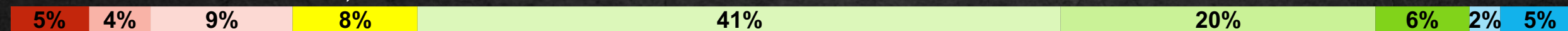
Em **2023**, mesmo com o "solução" de mercado, tivemos

- 6% com crescimento acima de 50%
- 10% com crescimento acima de 40%
- 24% das empresas com crescimento acima de 30% no ano

**Para 2024 as expectativas são melhores com:**

- 7% com crescimento acima de 50%
- 15% com crescimento acima de 40%
- 23% das empresas com crescimento acima de 30% no ano

**2020 com média de crescimento de 10,4%**



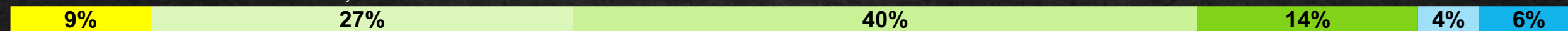
**2021 com média de crescimento de 23,0%**



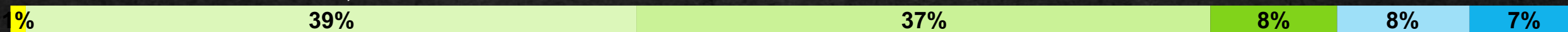
**2022 com média de crescimento de 22,9%**



**2023 com média de crescimento de 21,2%**



**2024 com média de crescimento de 23,0%**



■ 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%

# Empresas com alta taxa de crescimento

## Empresa com alta taxa de crescimento em 2021:

- Empresas que conseguiram transformar a crise da pandemia em oportunidade com plano e ações rápidas
- Empresas de Infraestrutura em nuvem e locação para home-office

## Empresa com alta taxa de crescimento em 2022:

- Empresas de serviço e desenvolvimento de software que conseguiram aumentar a escala com uso intenso de processos e automação de processos
- Empresas de infraestrutura e consultoria em nuvem

## Empresa com alta taxa de crescimento em 2023:

- Empresas de TI e nuvem que conseguirem atender SMB (PME) de maneira eficiente com estratégia de "**AMPLITUDE**"
- Empresas com ofertas de Inteligência de TI com estratégia de "**PROFUNDIDADE**":
  - Ferramentas de **análise e melhores decisões** para redução de custos e aumento de vendas
  - Ferramentas de **análise para redução do risco operacional** como séries temporais e antifraude

## Empresa com alta taxa de crescimento em 2024:

- Empresas de TI com eficiência em marketing, vendas e operações (processos, procedimentos, automação, robotização)
- Empresas com uso de AI e GenAI para uso interno e como componente de oferta para seus clientes
- Empresas com escolha correta da carteira de produtos e clientes, ou seja, **FOCO**

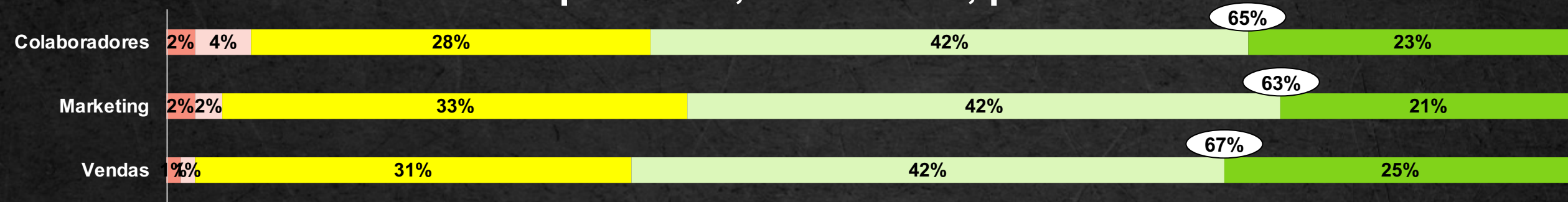


# Investimentos realizados em 2023

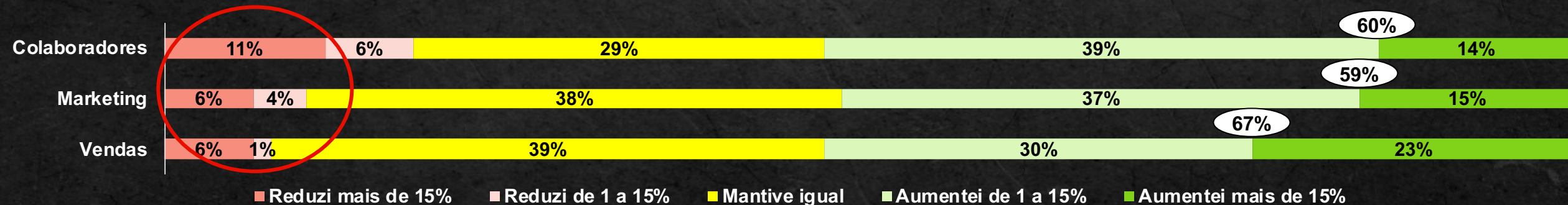
No segundo trimestre de 2023 tivemos um **FREEZE** (congelamento). Várias empresas consumidoras congelaram seus gastos e investimentos, mas não reduziram seu orçamento anual, ou seja, manterão os investimentos jogando as compras para o final do ano.

11% das empresas de TI reduziram o quadro de colaboradores, e 6% reduziram e os investimentos em marketing e vendas, mas tivemos 60% aumentando o quadro de colaboradores; 59% aumentando os investimentos em marketing; e 67% aumentando os investimentos em vendas

## Estimativa de investimentos previstas, em Janeiro, para 2023



## Investimentos realizados de Janeiro a Dezembro de 2023

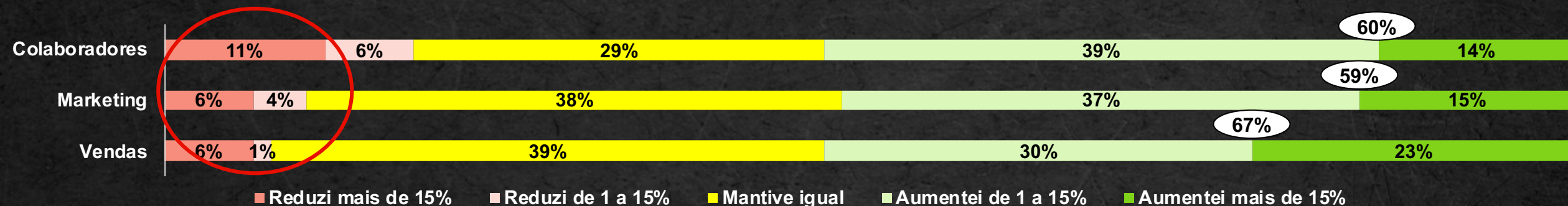


# Investimentos previstos para 2024

Os empresários de TI estão otimistas com 2024, embora os resultados do primeiro trimestre de 2024 tenha sido bem abaixo da expectativa.

Segundo os empresários o segundo SEMESTRE será EXUBERANTE, então é necessário fazer investimentos em marketing e vendas no começo do ano

## Investimentos realizados em 2023



## Investimentos planejados para 2024





# Expectativas para 2024 e 2025

Crescimento comparado com ano anterior	Total Geral	Hardware	Software	Serviços	IaaS	PaaS	SaaS
Crescimento 2019	10%	5%	8%	10%	12%	10%	14%
Crescimento 2020	10%	5%	8%	9%	29%	21%	18%
Crescimento 2021	23%	15%	19%	22%	35%	22%	32%
Crescimento 2022	23%	11%	15%	20%	32%	22%	31%
Crescimento 2023	21,2%	11%	15%	21%	30%	20%	32%
Crescimento 2024	23,0%	13%	13%	23%	31%	19%	31%
Crescimento comparado com a média de mercado							
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 estarem 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

# Desafios dos empresários de TI para 2024

## Vendas

- Aumentar as vendas, receita recorrente (MRR/ARR) e margem do que foi vendido
- Aumentar a venda de serviços
- Aumentar a previsibilidade de vendas
- Mudar o modelo de remuneração da equipe de vendas incluindo indicadores de desempenho
- Customer Success para retenção e aumento do consumo do cliente
- Vender projetos maiores, mais complexos e mais alinhados com os negócios dos nossos clientes

## Marketing

- Aumentar a eficiência de marketing tradicional e digital, gerando demanda e oportunidades para a equipe de vendas
- Buscar novos mercado e novos clientes
- Promover "pacotes de serviços"
- Incluir Inteligência Artificial na mensagem da empresa e dos produtos

## RH

- Atração, DESENVOLVIMENTO e retenção de talentos
- Orquestrar colaboradores in-house e home-office

## Operações

- Entregar com maior margem
- Reduzir "picos e vales" em alocação do time
- Criar processos e replicabilidade

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2024 e 2025

**Tendências...**

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões



# Modelos para analisar tendências

Usamos vários modelos para analisar as tecnologias e seu consumo pelo mercado. Um destes modelos foi proposto por Geoffrey Moore onde estabelece 5 categorias de consumidores:

- **Inovadores** - aficionados que querem experimentar qualquer nova tecnologia
- **Visionários** - que seguem os inovadores, comprando quando a tecnologia passa a representar ganhos para os negócios
- **Maioria inicial** - conservadores que irão adquirir a tecnologia quando ouvirem casos de sucesso e calcularem os benefícios para os seus negócios
- **Maioria tardia** - comprarão quando a maioria já comprou
- **Retardatários** - só comprarão quando não tem mais jeito...

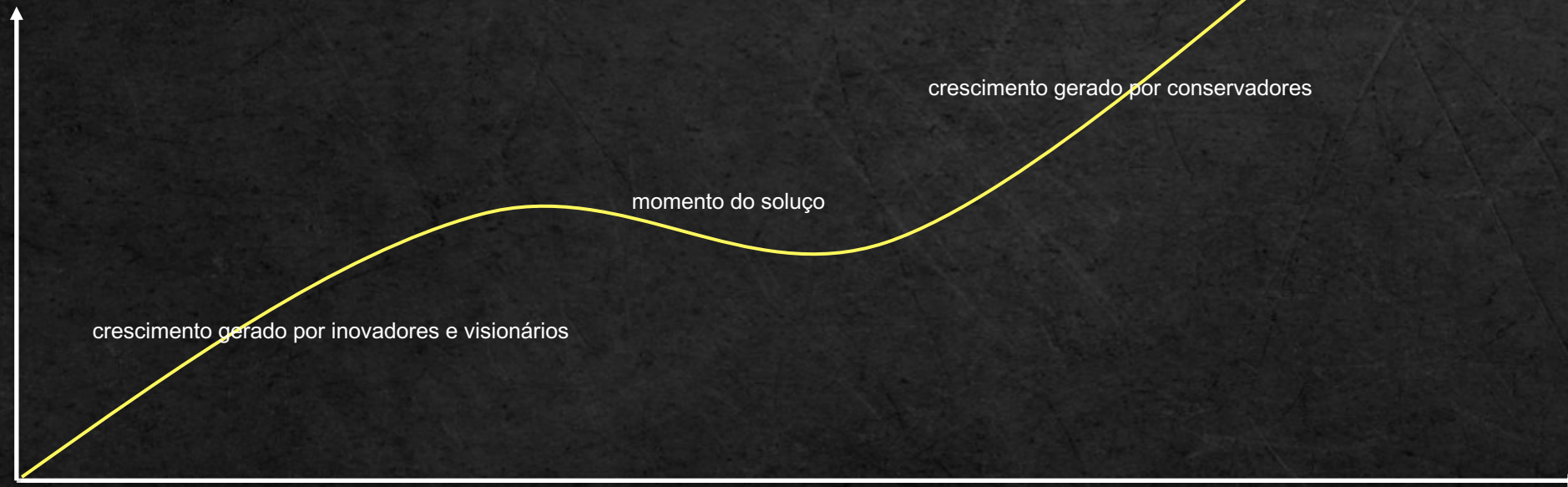
Muitas vezes uma determinada tecnologia vende rápido e para...ou "dá uma embarrigada"...voltando a vender mais para frente. Nestes casos, segundo Moore, vendeu-se para inovadores e visionários, e a maioria inicial ainda não está com casos de sucesso (ou casos de uso) suficientes para se convencer e adquirir a tecnologia e neste momento, quem oferece a tecnologia antiga tira proveito da situação.

Estamos sempre pensando nestes modelos quando falamos de cloud, cybersegurança, inteligência artificial, RPA, BI, low-code e tantas outras tecnologias

# Momento de solução

Várias tecnologias saíram do estágio de consumidores "inovadores e visionários" para o estágio de "conservadores" - que não comprarão com a mesma velocidade e entusiasmo do "inovadores e visionários" e ainda exigirão casos de sucesso, provas de conceito, estudos de retorno do investimento e uma argumentação de vendas totalmente diferente. Estão entre estas tecnologias: BI, RPA, low-code e Nuvem Pública. Neste momento de transição, os fornecedores da tecnologia "antiga" tiram proveito do momento de mercado para lançar dúvidas e conseguir consumidores que voltarão a comprar do "mundo velho"

Aqui temos 1 das explicações para o resultado abaixo do esperado para o quarto trimestre de 2023 e o primeiro trimestre de 2024



curva ilustrativa



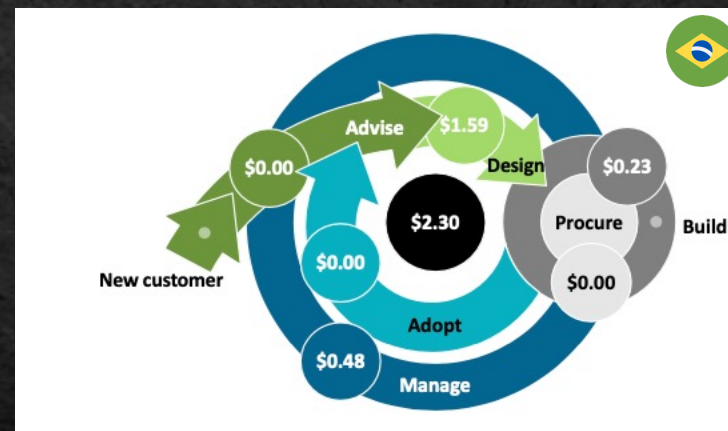
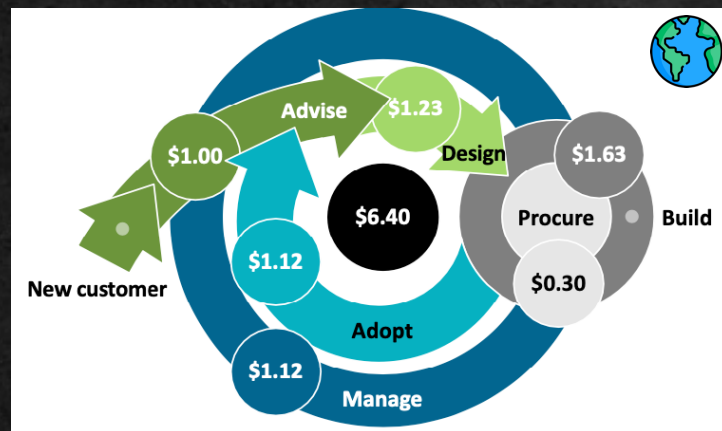
# Efeito multiplicador de serviços em nuvem

Quando o mercado começou a vender Banco de Dados surgiu uma métrica que virou "bordão": "para cada USD 1 de licenciamento o canal (revenda ou integrador) vende USD 5 em serviços"

O mesmo se aplicou para ERP e tantas outras tecnologias que se seguiram

Recentemente a empresa Canalys publicou um estudo onde diz que para cada USD 1 de infraestrutura básica de nuvem as revendas e integradores entrevistados conseguiram multiplicar em 6.4 os serviços (média mundial) e multiplicaram em 2.3 no Brasil

Portanto, revendas e integradores no Brasil tem um POTENCIAL enorme para venda de serviços associados a nuvem



# Rentabilidade em nuvem

Alguns anos atrás a Forrester publicou um estudo onde mostra que a revenda ou integrador precisa oferecer serviços mais "sofisticados" para aumentar a margem de lucro. Os números apresentados de margem bruta são maiores do que observamos para o Brasil. Aqui, por exemplo, a margem bruta de Billing é de 4% a 7%. O importante é ver a oportunidade de crescimento quando vamos para categorias como "serviços gerenciados" e "venda de Propriedade Intelectual"

Categoria do serviço	Margem bruta no terceiro ano (%)
<b>Revenda de consumo AWS e serviços de suporte ao negócio</b> Consumo com billing, serviços de instancias reservadas e spot e suporte ao negócio	<b>7% a 10%</b>
<b>Venda de aplicações complementares de terceiros</b> Incluindo monitoramento de segurança, alarmes, gestão de custos, aderência a melhores práticas de segurança e governança, aplicações de visualização e análise de dados. Normalmente, aplicações de terceiros estão empacotadas dentro das ofertas de serviços gerenciados	<b>20%</b>
<b>Serviços profissionais</b> Planejamento, desenho, construção de arquitetura e migração	<b>45%</b>
<b>Serviços gerenciados</b> Suporte, operação e otimização	<b>57%</b>
<b>Venda de propriedade intelectual de valor agregado</b> Propriedade intelectual do parceiro, usando desenvolvimento próprio de software e capacidade de engenharia para fornecer aplicações de software específicas para verticais ou horizontais de negócios	<b>80%</b>



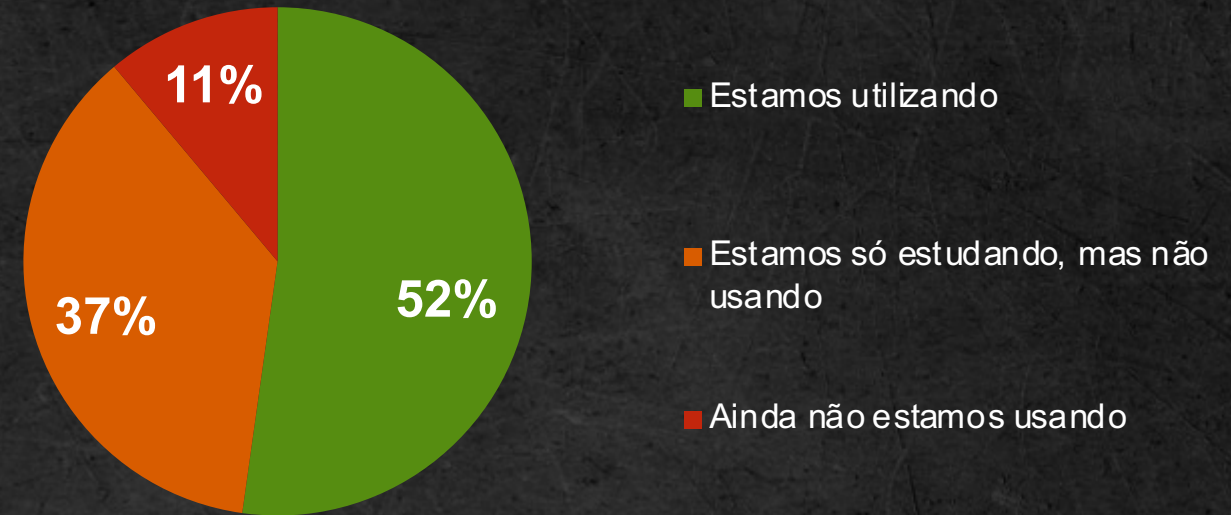
# Utilização de AI e GenAI

Inteligência Artificial e GenAI têm sido incorporadas em vários produtos e serviços de mercado, desde ferramentas de análise de dados e busca de informações de potenciais clientes, até ferramentas de apoio para geração de email.

Algumas vezes é um "botãozinho" que, clicado, oferece dicas ou um "copiloto" que automatiza o trabalho do consumidor. Algumas vezes é um software que faz análise preditivas complexas.

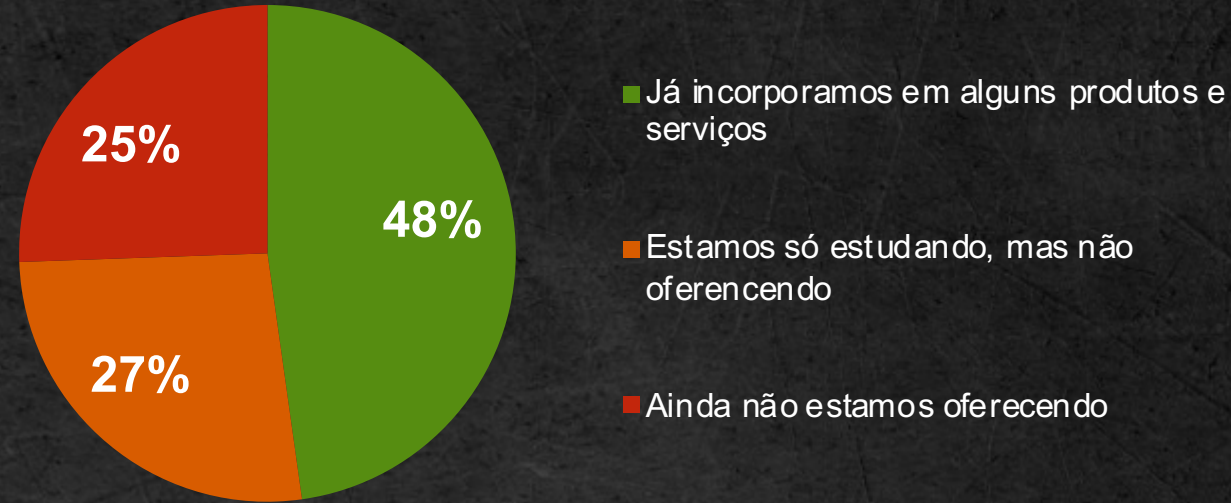
**52% dos empresários de TI disseram que já estão utilizando** algum tipo produto ou serviço de Inteligência Artificial (IA) ou Inteligência Artificial Generativa (GenAI). O ChatGPT foi a ferramenta mais citada, e seguida por ferramentas de prospecção de clientes e de automação de marketing

Vários empresários comentaram que IA e GenAI passarão, em breve, a fazer parte das ferramentas que a empresa consome para o seu dia-a-dia



# Oferta de AI e GenAI

**48% dos empresários de TI disseram que já incorporaram** alguma Inteligência Artificial (IA) ou Inteligência Artificial Generativa (GenAI) em alguns dos produtos e serviços que oferecem para o mercado. De longe, o uso mais citado é de chatbots para atendimento e suporte, seguido de sistemas para auto-atendimento dos clientes



Muitos empresários comentaram que estão trabalhando em "casos de uso" para exemplificar, para as áreas de negócios, o que a tecnologia de IA e GenAI podem fazer por suas empresas.

Em especial os empresários apostam muito no uso de IA e GenAI nas áreas:

- Jurídica
- Saúde clínica e hospitalar
- Educação (alunos, professores e pais)
- Governo com eficiência operacional e melhor atendimento à população



# AI e GenAI

Inteligência Artificial e GenAI é uma tema novo e gerar "muitas emoções":

Em grandes empresas:

- A equipe técnica conhece o suficiente para ter tranquilidade nas recomendações
- O pessoal de negócios tem alguma ideia do que pode ser requisitado para TI

Em empresas menores (SMB):

- A equipe técnica não conhece o que pode ser feito e tem medo de perder o emprego
- O pessoal de negócios só lê informações que dizem que **TUDO** vai mudar e ficam com medo de comprar tecnologia que possar estar obsoleta em pouco tempo

Vendedores de empresas de TI (revendas e integradores):

- Querem mostrar que sabe e falam "do que ouviram falar" e geram ANGÚSTIA no cliente
- Tem grande dificuldade em articular o que IA e GenAI podem agregar nos negócios
- Tem grande dificuldade em mostrar oportunidades...

Cuidados importantes:

- Educar os clientes e os vendedores sobre o que dá para fazer JÁ e o que é futurismo...
- Dar argumentos para os vendedores gerarem negócios





Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2024 e 2025

Tendências...

**Balizadores de receita, margem e investimento**

Minhas conclusões

# 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, e em 2020 com a incerteza da pandemia

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

- 2017 e 2018 onde o mercado estava muito próspero

**Para 2023 os empresários de TI adotaram estratégia de EXPANSÃO, contudo reportaram que mais de 80% das vendas foram feitas para a base de clientes**

**Para 2024, novamente, o foco das empresas de TI será EXPANSÃO, ou seja:**

- 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	2023	2024
Venda na base	62%	46%	24%	21%	16%	45%	30%	15%	27%	25%
Expansão	38%	54%	76%	79%	84%	55%	70%	85%	73%	75%

# 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

Para 2024, não esperamos grandes mudanças em canais. O número de canais deverá se manter. O canal evoluirá agregando nuvem, serviços e software de terceiros, e precisará adotar processos para aumentar vendas e margem de lucro

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	2023	2024
Empresas que já trabalham com canais	42%	48%	53%	48%	48%	52%	45%	45%	45%
Empresas interessadas em trabalhar com canais	28%	25%	13%	21%	28%	25%	21%	21%	21%
Já trabalham + interessadas	70%	73%	66%	69%	76%	75%	66%	55%	55%



# 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, 2022, 2023 e 2024** o mercado doméstico Brasileiro foi e está altamente promissor, novamente incentivando as empresas a estabelecerem prioridade para o território nacional

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Empresas que já exportam	15%	12%	13%	16%	17%	18%	19%	19%	17%
Empresas interessadas em exportar	35%	30%	30%	31%	30%	25%	22%	19%	15%
Já trabalham + interessadas	50%	42%	43%	47%	47%	43%	41%	38%	32%

# 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 e 2023:**

- 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

**Mudanças planejadas para 2024:**

- Ganho de eficiência operacional em marketing e vendas

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 (previsto)
Marketing tradicional (incluindo equipe)	2,5%	2,5%	2,0%	2,5%	2,5%	2,6%	0,9%	1,6%	3,1%	2,9%	3,0%
Marketing digital (incluindo custos de SDR)	0,9%	1,9%	3,0%	3,9%	4,5%	3,8%	4,5%	3,9%	2,9%	3,1%	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%	8,0%	7,9%	7,7%	7,0%



# Balizadores de investimento em 2023

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...

Percentual do faturamento de 2023, investido ou gasto com atividades da empresa

Atividade principal	Marketing tradicional (incluindo custo da equipe)	Marketing digital (incluindo SDR)	Equipe de vendas (*)	Treinamento e certificação	Custos administrativos	Folha de pagamento	Impostos	TOTAL
Desenvolvedor de software aplicativo (ISV)	2,6	3,2	8,3	5,1	7,3	48,8	13,6	88,9
Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software	2,6	1,8	8,1	3,6	7,1	48,3	16,1	87,6
Distribuidor	5,3	3,5	7,0	0,8	4,0	35,0	16,0	71,6
Empresa de consultoria	2,9	4,1	10,3	5,8	9,4	35,6	15,8	83,9
Empresa de serviços em nuvem	4,7	3,5	5,2	5,5	6,8	31,9	18,8	76,4
Empresa de serviços em TI tradicional	1,8	1,8	7,8	7,5	10,0	42,8	19,9	91,6
Fabricante de hardware	1,8	2,0	5,3	10,0	12,3	38,0	16,7	86,1
Revenda ou integrador de soluções	2,5	4,0	9,7	4,6	5,8	25,2	17,6	69,4
<b>Oferta principal</b>								
Equipamentos de hardware, rede ou telecom	2,8	2,9	9,7	3,4	9,3	22,0	19,4	69,5
Infraestrutura ou serviços computacionais na nuvem (IaaS)	2,0	1,6	6,4	5,8	6,5	26,6	19,7	68,6
Plataforma como serviço	5,3	3,3	8,0	9,0	9,0	22,8	15,3	72,7
Serviços, consultoria ou treinamento	2,0	2,8	10,3	5,6	6,6	41,1	17,9	86,3
Software em nuvem (SaaS)	3,7	4,5	5,2	4,0	8,5	42,0	14,2	82,1
Software tradicional ou on-premises	2,9	1,6	9,6	6,1	7,8	46,5	15,7	90,2
<b>Média</b>	<b>3,1</b>	<b>2,9</b>	<b>7,9</b>	<b>5,5</b>	<b>7,9</b>	<b>36,2</b>	<b>16,9</b>	<b>80,3</b>

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



# Margem de lucro líquida em 2023



# Receita recorrente (% do faturamento)

Atividade principal da empresa	% em 2022	% em 2023
Desenvolvedor de software aplicativo (ISV)	71%	80%
Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software	59%	66%
Distribuidor	28%	30%
Empresa de consultoria	48%	49%
Empresa de serviços em nuvem	71%	75%
Empresa de serviços em TI tradicional	75%	78%
Fabricante de hardware	15%	18%
Revenda ou integrador de soluções	41%	43%
Oferta principal da empresa		
Equipamentos de hardware, rede ou telecom	15%	20%
Infraestrutura ou serviços computacionais na nuvem (IaaS)	42%	44%
Plataforma como serviço	52%	54%
Serviços, consultoria ou treinamento	54%	58%
Software em nuvem (SaaS)	69%	72%
Software tradicional ou on-premises	69%	75%
Média geral	51%	54%

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2024 e 2025

Tendências...

Balizadores de receita, margem e investimento

**Minhas conclusões**



# Minhas conclusões

Os resultados do quarto trimestre de 2023 e do primeiro trimestre de 2024 foram **abaixo do esperado**. Talvez o mercado de TI tenha tido um **soluço**, mas eu recomendo que você aproveite o momento para pensar:

- Venda de tecnologia para **SMB** continua com perspectiva positiva
- Mercados de saúde, educação e indústria investirão em tecnologia em 2024 e 2025
- **Inteligência Artificial (IA)** é uma grande oportunidade de venda de tecnologia, mas os clientes e vendedores têm que ser evangelizados para que entendam os benefícios para o negócio, e que não vejam IA como ameaça ou porem de comprar tecnologia achando que **TUDO** irá mudar...
- Estamos mudando de maturidade no mercado de TI. Teremos que vender para "conservadores" que exigem outra abordagem de vendas
- Existe uma oportunidade **GIGANTE** para vender serviços associados a Nuvem
- Vender serviços, requer inteligência e **EMPACOTAMENTO**, para que a venda e a implementação sejam mais fáceis - aumentando a margem de lucro





# Minhas conclusões

**Acorde todos os dias pensando: "MARGEM DE LUCRO"**

**Como os assuntos do seu dia-a-dia podem aumentar margem de lucro?**

- Definição de novas ofertas, incluindo serviços empacotados
- Marketing ajudando vendas em cada uma das etapas do funil de vendas
- Vendas reduzindo a dependência de pré-vendas
- Vendas sendo mais pró-ativo e com melhores conversões no funil de vendas
- Operações fazendo controles e ganhando e produtividade
  
- Como criar processos e procedimentos para cada área da empresa?
- Como automatizar estes processos e procedimentos?
- Como incluir IA nestes processos e procedimentos?

**MARGEM DE LUCRO...**

**MARGEM DE LUCRO...**

**MARGEM DE LUCRO...**



**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