ADVANCE Your Sales

iMonitor IT

Julho de 2025

Dagoberto Hajjar

dagoberto.hajjar@advanceconsulting.com.br

Estudo trimestral sobre o mercado Brasileiro de TI

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing

Carta do Dagoberto Hajjar

Um objetivo único para 2025: vender

Estamos passando por um momento de grande turbulência e incertezas no mercado. Duvido que alguém consiga dizer, com certeza, o que acontecerá nos próximos 6 meses.

Desde o final do ano passado estávamos vivenciando momentos de incerteza político, econômica e fiscal no Brasil. Este ano, somou-se o tarifaço dos USA, gerando incertezas do impacto real mercado Brasileiro.

Essa incerteza gera um "sentimento de mercado negativo" e um "congelamento dos investimentos", fazendo com que as empresas de TI operem em um ambiente de constante imprevisibilidade e cautela.

Com a economia retraída e as empresas segurando investimentos, a capacidade de gerar receita no mercado de TI passa pela oferta de soluções que ajudem os clientes a reduzir custos e melhorar a eficiência operacional.

No entanto, para prosperar nesse cenário, as empresas precisam se adaptar rapidamente. Isso significa não apenas abraçar tecnologias emergentes como IA e Cloud, mas também refinar suas estratégias comerciais para atrair novos clientes, fortalecer a base existente e lidar com a crescente concorrência e a demora na tomada de decisão dos clientes.

Os empresários estão prevendo um crescimento de 17,5% para 2025. 10% das empresas de TI terão crescimento acima de 50% e a regra de ouro é uma só: foco em vendas!!!

Agradecimentos especiais:
Esta é a 66ª 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.

Dagoberto Hajjar

Agenda

ADVANCE
ADVANCE Your Sales

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2025 e 2026

Oportunidades, desafios e tendências

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing

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-ups, 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

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

Aumento de receita recorrente

Aumento de margem de lucro

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**

Está é a edição 68 da pesquisa

Agenda

ADVANCE
ADVANCE Your Sales

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2025 e 2026

Oportunidades, desafios e tendências

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing

O ano de 2025...

1. **A IA é a aposta inquestionável para o crescimento, apesar das incertezas:** A Inteligência Artificial (IA) é unanimemente citada como a principal fonte de oportunidades e o motor de crescimento do setor de TI para o segundo semestre de 2025. Seja para automação, novos produtos, serviços ou otimização, a IA é vista como essencial. No entanto, sua implementação não está imune aos desafios; há uma preocupação em como as iniciativas de IA se integrarão aos processos existentes e como a demanda se consolidará em meio a um mercado hesitante para investimentos de longo prazo

2. **O cenário político-econômico brasileiro é o principal fator limitante:** Os empresários dizem que a instabilidade governamental, a incerteza macroeconômica (com juros altos, inflação e alta carga tributária) e as tensões nas relações internacionais (especialmente com os EUA) são os desafios mais frequentes e impactantes. Essa volatilidade gera um "sentimento de mercado negativo" e um "congelamento dos investimentos", fazendo com que as empresas de TI operem em um ambiente de constante imprevisibilidade e cautela

3. **A sobrevivência depende da otimização de custos e da entrega de valor tangível:** Com a economia retraída e as empresas segurando investimentos, a capacidade de gerar receita no mercado de TI passa pela oferta de soluções que ajudem os clientes a reduzir custos e melhorar a eficiência operacional. Muitos serviços de TI, como cibersegurança e LGPD, são vistos como "custo" em vez de "investimento". Isso força os provedores de TI a serem mais criativos, buscando parcerias, oferecendo modelos flexíveis (como pagamento mensal em reais) e demonstrando um ROI claro para seus clientes

4. **A resiliência do setor de ti requer adaptação contínua e foco estratégico:** Apesar dos desafios políticos e econômicos, o setor de TI é intrinsecamente visto como estratégico e em crescimento, dado seu papel na modernização e otimização de negócios. No entanto, para prosperar nesse cenário, as empresas precisam se adaptar rapidamente. Isso significa não apenas abraçar tecnologias emergentes como IA e Cloud, mas também refinar suas estratégias comerciais para atrair novos clientes, fortalecer a base existente e lidar com a crescente concorrência e a demora na tomada de decisão dos clientes

5. **Relações internacionais complexas criam desafios e oportunidades arriscadas:** A deterioração das relações entre Brasil e EUA e a aproximação com a China são vistas como uma grande ameaça, gerando tarifação, encarecimento de equipamentos e impacto nas exportações. Contraditoriamente, alguns vislumbram uma oportunidade nessa tensão, como um potencial "boicote ou taxação a players americanos" que poderia beneficiar empresas nacionais. Essa ambivalência destaca um ambiente geopolítico volátil que as empresas de TI precisam monitorar de perto, pois pode tanto prejudicar quanto, de forma arriscada, abrir brechas no mercado

Oportunidades para 2025

1. **Inteligência Artificial (IA) e automação:** Para quem vende, a oportunidade reside em desenvolver e oferecer soluções de IA e automação que impulsionem a eficiência, a inovação e novos fluxos de receita. Para quem compra, a IA representa a chance de otimizar operações, personalizar experiências de clientes e ganhar vantagem competitiva, com foco claro no "retorno do investimento" ("show me the money")

2. **Cloud Computing (Nuvem) e cibersegurança:** A nuvem continua sendo a base para a modernização e a escalabilidade, oferecendo flexibilidade e redução de custos operacionais para os compradores. Concomitantemente, a cibersegurança é uma necessidade crítica e crescente para todos os negócios, impulsionada pela sofisticação das ameaças e pela conformidade regulatória. Juntas, oferecem um vasto campo para provedores de soluções e um pilar de segurança e inovação para as empresas

3. **Modernização e otimização de processos:** As empresas brasileiras buscam incessantemente otimizar suas operações e migrar de sistemas legados para ambientes mais eficientes e adaptáveis. Isso abre uma grande oportunidade para provedores de serviços de consultoria e implementação de projetos que visam a redução de custos, o aumento da produtividade e a agilidade nos negócios, impactando diretamente o EBITDA dos clientes

Desafios para 2025

1. **Instabilidade macroeconômica e política:** A imprevisibilidade governamental, a alta de juros, a inflação e as flutuações cambiais criam um ambiente de incerteza generalizada. Isso leva a um congelamento ou atraso nas decisões de investimento por parte dos compradores, impactando diretamente o pipeline de vendas e a previsibilidade financeira dos fornecedores de TI

2. **Elevada carga tributária e "Custo Brasil":** O constante aumento de impostos e a complexidade do sistema tributário brasileiro encarecem as operações das empresas de TI (seus custos e preços finais), dificultando a competitividade e reduzindo as margens de lucro. Para os compradores, isso se traduz em soluções de TI mais caras, o que pode frear a adoção tecnológica

3. **Lentidão na tomada de decisão dos clientes e concorrência acirrada:** Em um cenário de cautela, os clientes demoram mais para fechar negócios, prolongando os ciclos de vendas e exigindo maior esforço dos vendedores. Ao mesmo tempo, a concorrência se intensifica, com pressão sobre os preços e margens, forçando as empresas a serem mais eficientes e a demonstrarem valor de forma incontestável

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 consequentemente, 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**
  - Em **2023** tivemos 6% das empresas com mais de 50% de crescimento no ano; 10% das empresas com mais de 40% de crescimento
  - Em **2024** tivemos 7% das empresas com crescimento maior que 50%
  - Em **2025** teremos 10% das empresas com crescimento maior que 50%, e teremos 5% das empresas reduzindo de tamanho - sinalizando mudança de mercado

- **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** tivemos 15% das empresas demitindo contra 53% contratando
  - Em **2025** teremos 13% das empresas demitindo contra 48% contratando

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

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 era 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), o que está se tornando realidade agora em 2025
- Para 2023 as empresas tiveram 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 foram as 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
- Para 2025 as empresas com alta taxa de crescimento terão as mesmas características de 2020 (Covid), ou seja, maturidade empresarial, inovação e VELOCIDADE de adaptação, e MAIS UMA COISA: terão que oferecer soluções com VALOR para seus clientes. Terão que repensar seus modelos de negócios

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 tivemos 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

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 2023

- **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 23% de crescimento
  - 2023 encerrou com apenas 21% de crescimento contra os 23% originalmente previstos

Histórico: sobre 2024

- **Sobre o primeiro trimestre de 2024**
  - O resultado do primeiro trimestre ficou abaixo das expectativas, representando apenas 16% de crescimento
  - Naquele momento, achamos que o resultado ruim seria apenas um "soluço" no mercado de TI
  - Tivemos uma "lentidão" maior das empresas em comprar tecnologia e uma "lentidão" ou incapacidade dos vendedores em mostrar a urgência e importância da compra de TI
  - 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, mas infelizmente alguns clientes usaram a insegurança para adiar seus projetos de TI

- **Sobre o segundo trimestre de 2024**
  - Felizmente tivemos um resultado BOM no segundo trimestre de 2024 representando 22% de crescimento sobre o mesmo período do ano anterior. Pensamos que o "soluço" do primeiro trimestre tinha passado e que o mercado voltaria a normalidade de compras e vendas de TI
  - Infelizmente os resultados do segundo trimestre não foram suficientes para mantermos a expectativa de crescimento para 2024 que era de 23% e caiu para 21,6%

- **Sobre o terceiro trimestre de 2024**
  - Crescemos 20% quando a expectativa era crescer 25%
  - Os fatores de impacto foram os mais diversos possíveis, indo das enchentes do Rio Grande do Sul, passando pelas queimadas Brasil a fora, a incerteza das eleições municipais, e a desconfiança de que o governo federal não cortaria os gastos
  - De qualquer forma, os empresários pensaram que recuperariam no quarto trimestre e que Dezembro seria EXUBERANTE

- **Sobre o quarto trimestre de 2024**
  - Foi uma catástrofe
  - Os fatores de impacto incluíram o resultado das eleições municipais e uma certeza que o governo federal teria muita dificuldade em reduzir os custos e articular com a nova estrutura gerada pelas eleições municipais
  - A eleição do Trump começou a sinalizar uma mudança no eixo dos investimentos internacionais
  - O descontrole do câmbio foi "matador" nos momentos finais do ano

Agenda

ADVANCE
ADVANCE Your Sales

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2025 e 2026

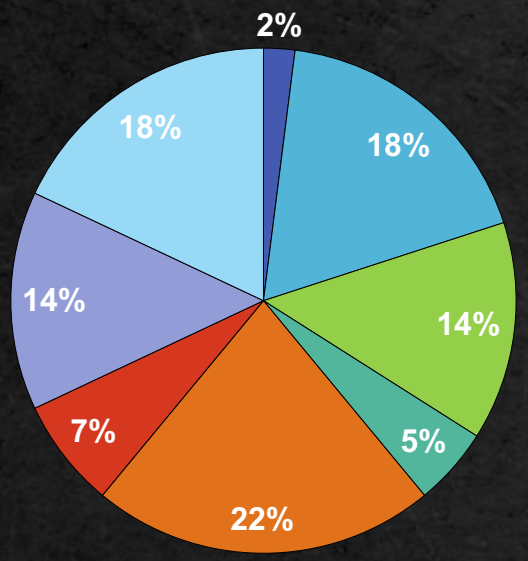
Oportunidades, desafios e tendências

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing

Perfil das empresas pesquisadas



atividade principal

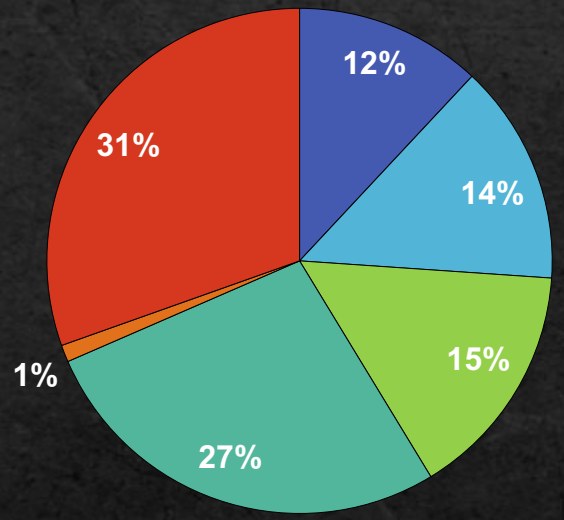
- Fabricante de hardware
- Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software
- Desenvolvedor de software aplicativo (ISV)
- Distribuidor
- Revenda ou integrador de soluções
- Empresa de serviços em TI tradicional
- Empresa de serviços em TI nuvem
- Empresa de consultoria

32%

22%

39%

Nesta pesquisa tivemos um número ligeiramente menor de empresas de consultoria ou serviços
Aparentemente, estas empresas passaram a agregar algum tipo de produto ou software



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 (PaaS)
- Serviços, consultoria ou treinamento

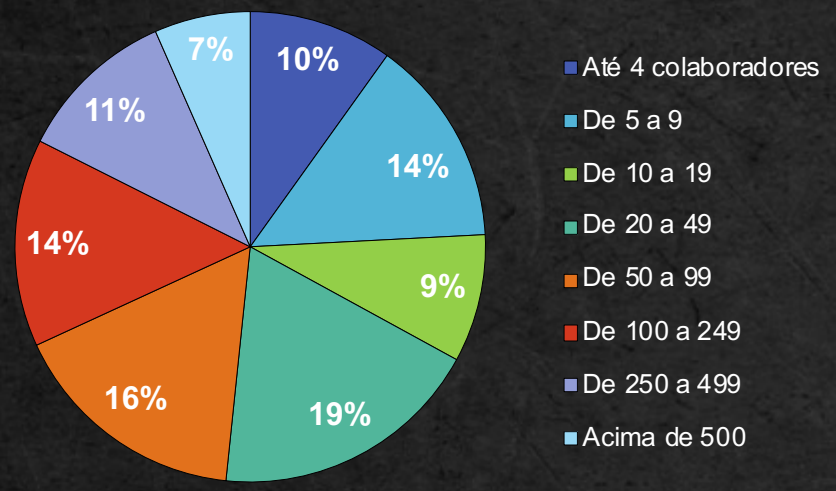
26%

42%

31%

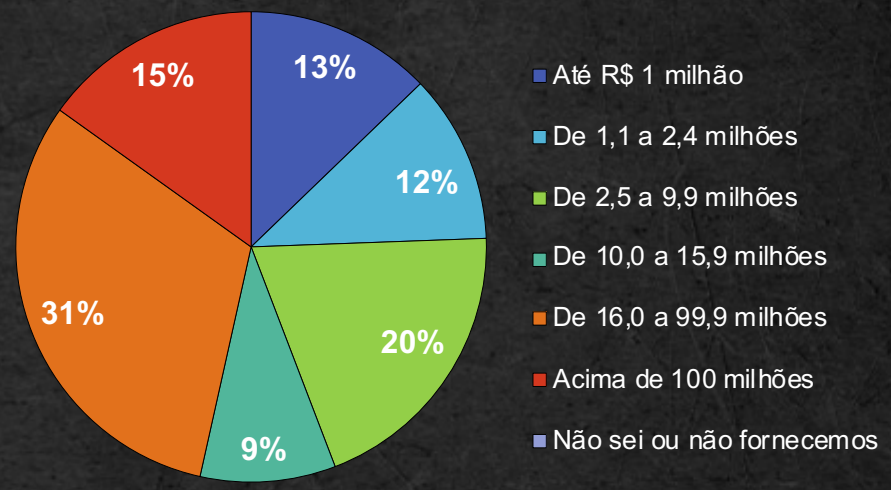
Perfil das empresas pesquisadas

Número de colaboradores no Brasil



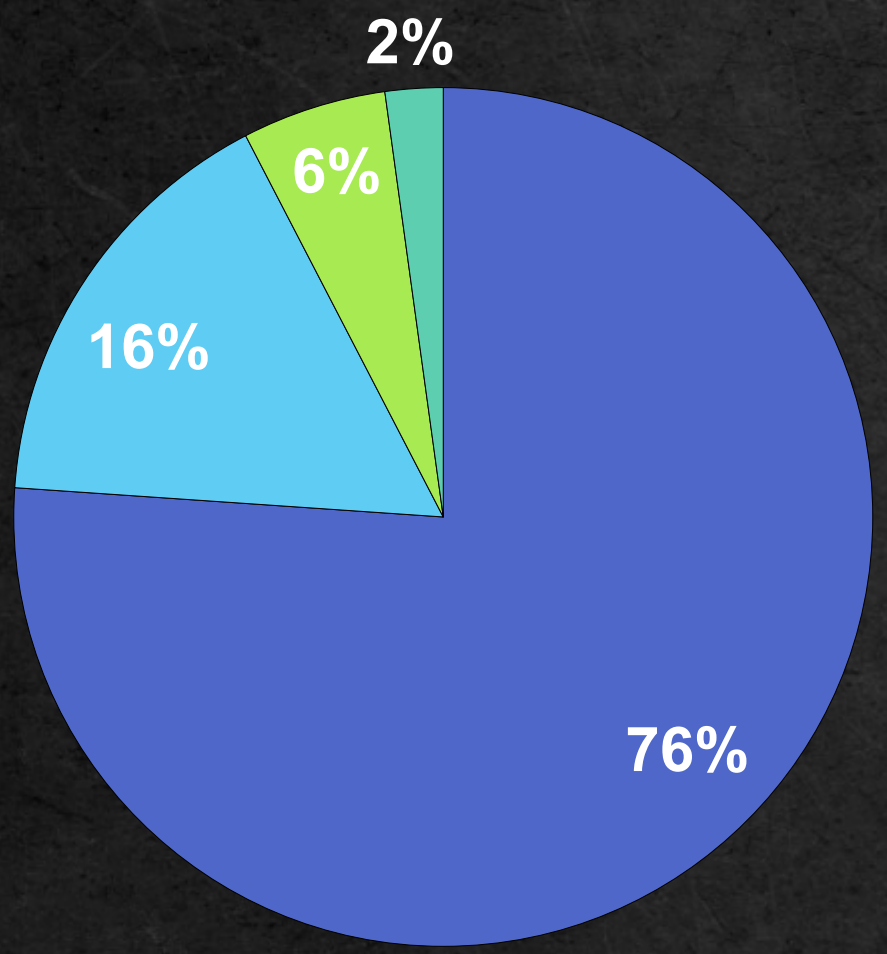
10% com até 4 colaboradores
52% com menos de 50 colaboradores
30% com 50 a 250 colaboradores

Faturamento em 2024 no Brasil



13% com até R$ 1 milhão
25% com até R$ 2,4 milhões
45% com até R$ 10,0 milhões
15% como mais de R$ 100 milhões

Perfil dos entrevistados



92% dos entrevistados são C-Level

- Sócio / Proprietário / CEO / Presidente / Conselheiro
- Diretor
- Gerente
- Profissional de vendas

92%

Agenda

ADVANCE
ADVANCE Your Sales

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2025 e 2026

Oportunidades, desafios e tendências

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing

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 2025 e 2026:

- Segundo analistas e especialistas, o crescimento do PIB em 2025 e 2026 será de 2,0%

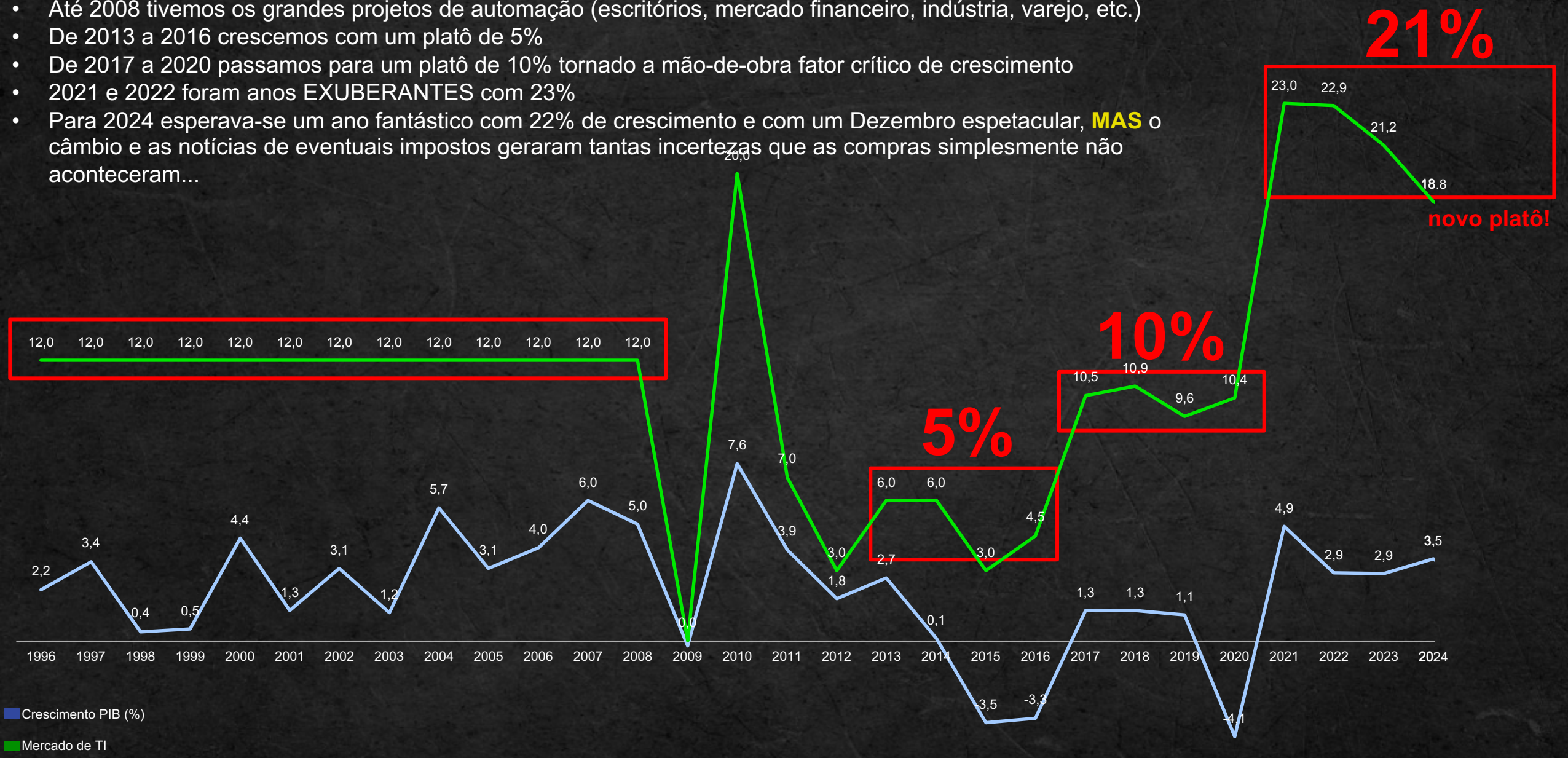
Expectativa dos empresários para o PIB de 2025:

- Os empresários de TI estão pessimistas, prevendo um crescimento de PIB ligeiramente menor do que os economistas
- **Existe insegurança com a política e economia Brasileira, e existe insegurança do impacto do tarifaço no mercado de TI**

O mercado de TI em 2024

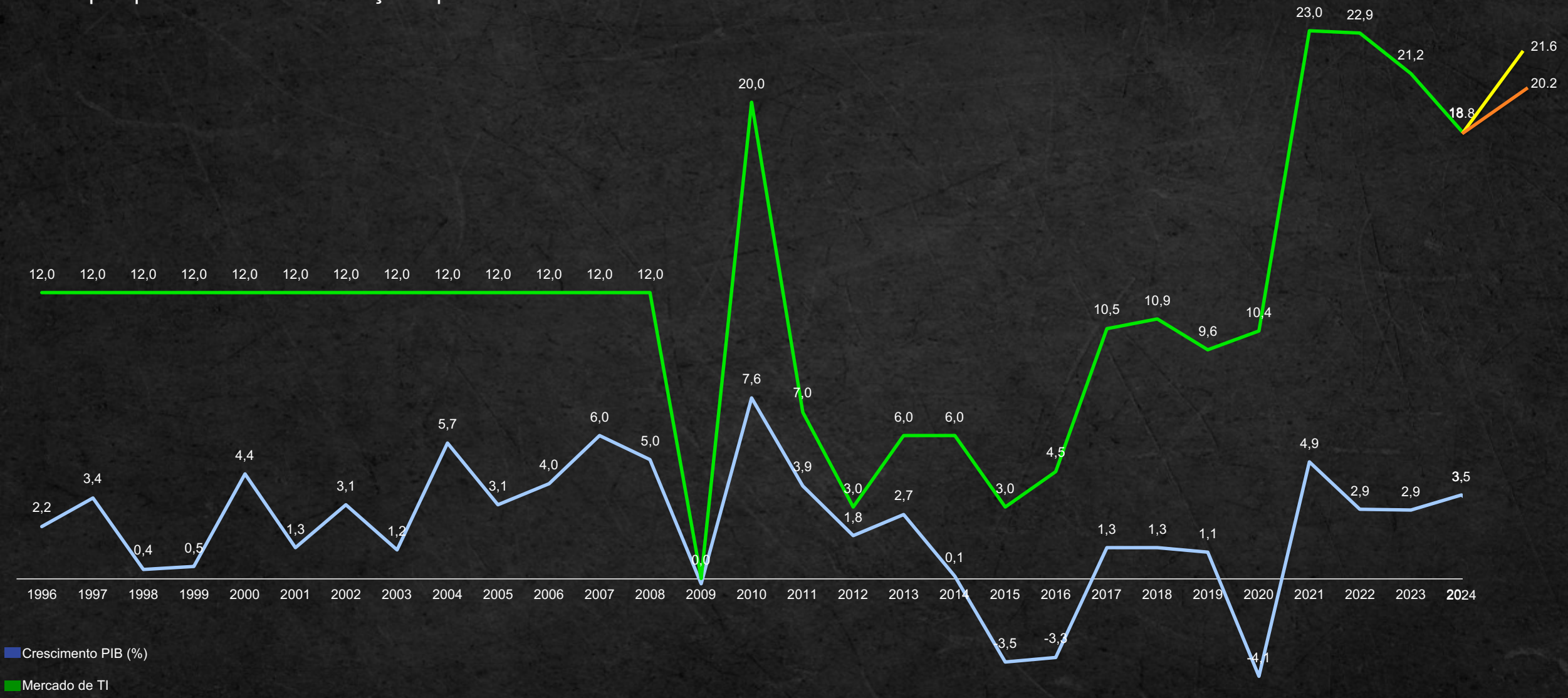
O mercado de TI tem apresentado um crescimento em platôs

- Até 2008 tivemos os grandes projetos de automação (escritórios, mercado financeiro, indústria, varejo, etc.)
- De 2013 a 2016 crescemos com um platô de 5%
- De 2017 a 2020 passamos para um platô de 10% tornado a mão-de-obra fator crítico de crescimento
- 2021 e 2022 foram anos EXUBERANTES com 23%
- Para 2024 esperava-se um ano fantástico com 22% de crescimento e com um Dezembro espetacular, **MAS** o câmbio e as notícias de eventuais impostos geraram tantas incertezas que as compras simplesmente não aconteceram...



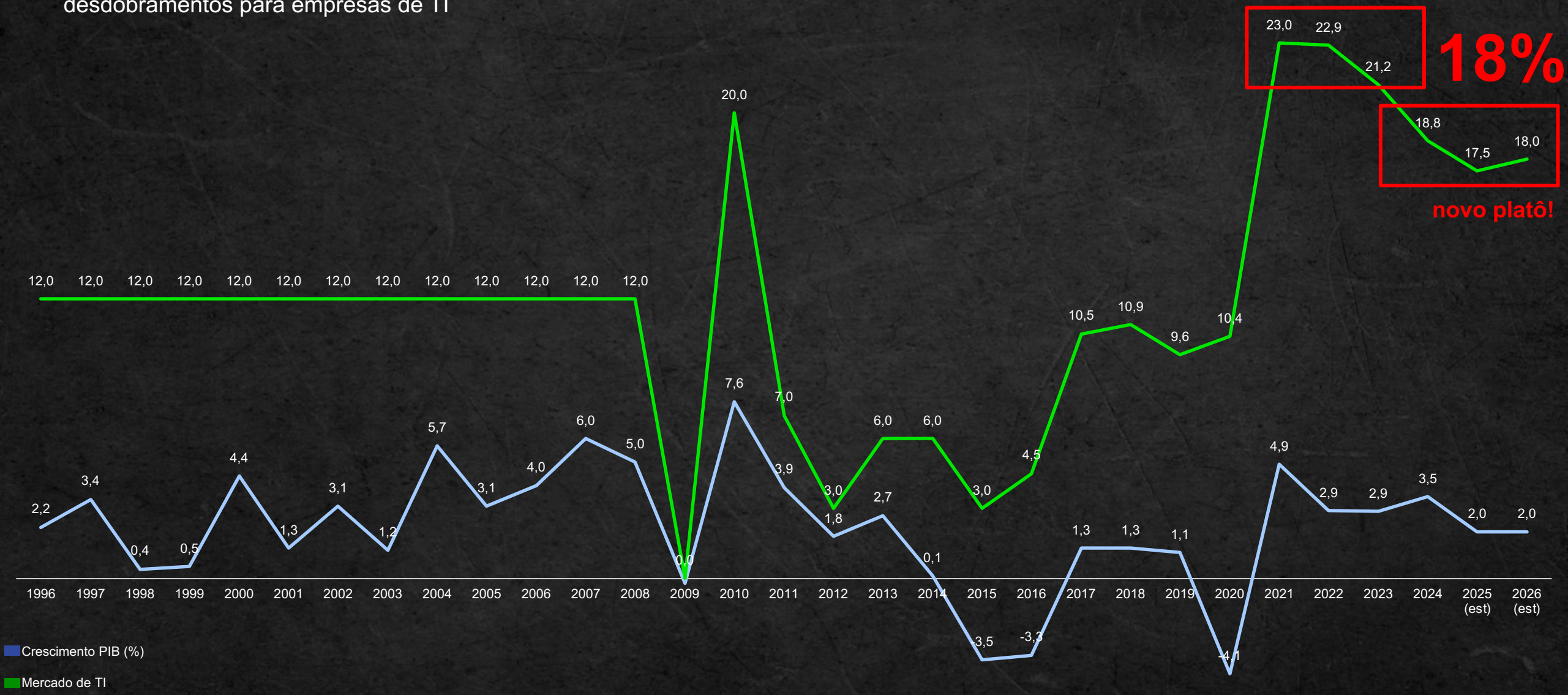
O mercado de TI em 2025

- Na pesquisa que fizemos em Outubro de 2024, os empresários previam um crescimento de 21,6% para 2025
- Na pesquisa que fizemos em Janeiro de 2025, os empresários previam um crescimento de 20,2% para 2025
  - O principal fator de redução de expectativa de crescimento foi o baixo desempenho da economia e perspectivas ruins com relação a política e economia Brasileira



O mercado de TI em 2025 e 2026

- Neste momento os empresários de TI estão prevendo um crescimento de 17,5% para 2025 e 18,0% para 2026
  - Os empresários estão pessimistas com a política e economia Brasileira
  - Os empresários estão PREOCUPADÍSSIMOS com os impactos do tarifaço dos USA, com possibilidades de desdobramentos para empresas de TI



O mercado de TI em 2025 e 2026

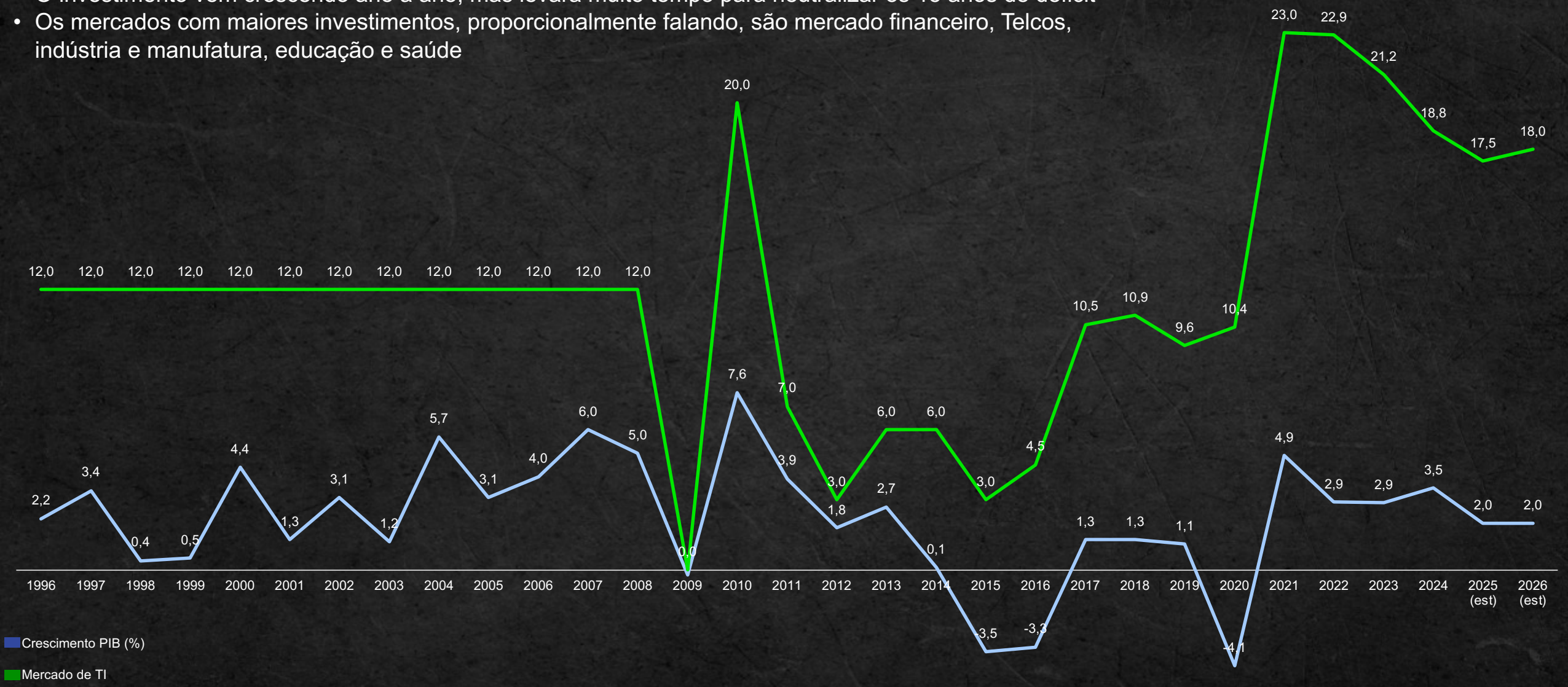
Oportunidades de venda de TI:

- **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)

Expectativa de crescimento do mercado de TI

Déficit de tecnologia

- 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 e 2023** 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
- Os mercados com maiores investimentos, proporcionalmente falando, são mercado financeiro, Telcos, indústria e manufatura, educação e saúde



Expectativa de inflação

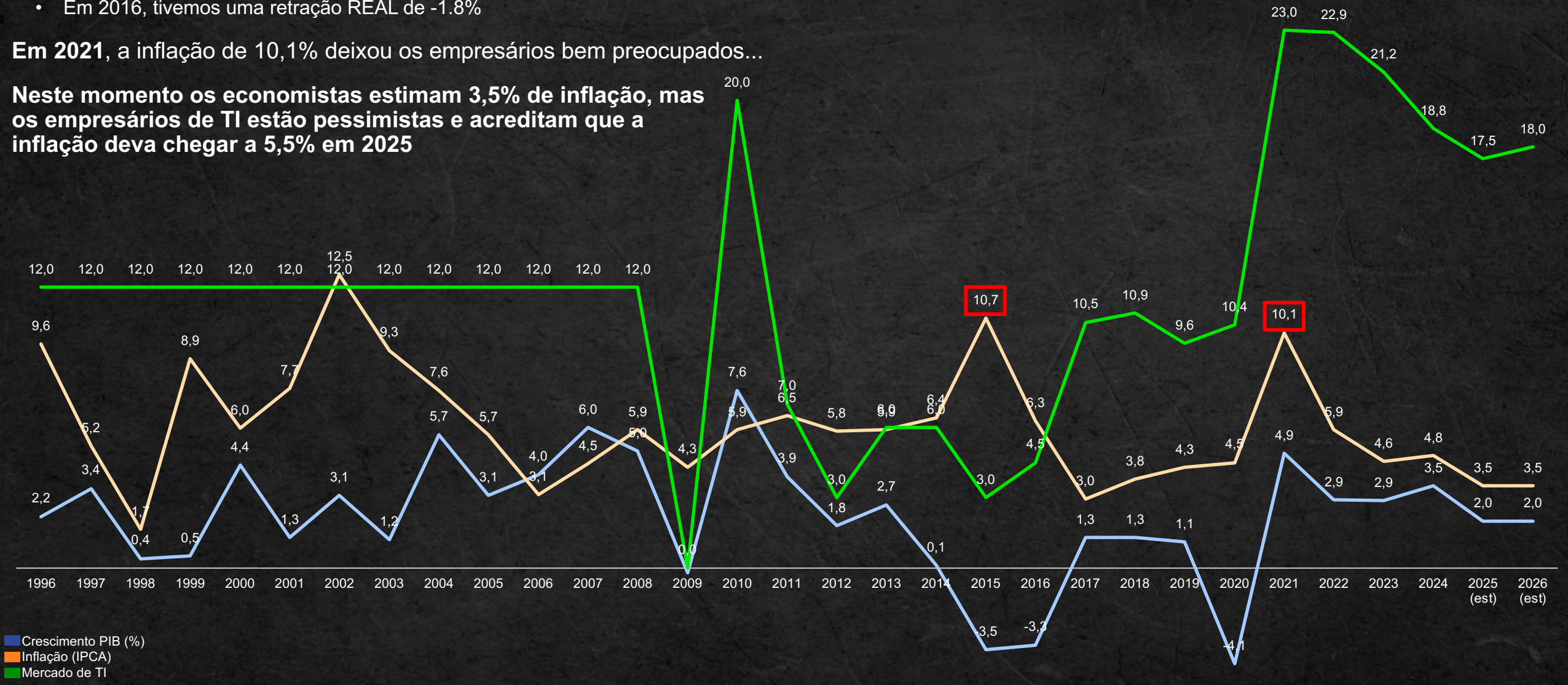
Em 2002 tivemos a mega desvalorização do USD no governo Fernando Henrique

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...

Neste momento os economistas estimam 3,5% de inflação, mas os empresários de TI estão pessimistas e acreditam que a inflação deva chegar a 5,5% em 2025



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 o ano com primeiro e segundo trimestres bons, e as vendas do terceiro trimestre escorregando para o quarto trimestre
Em 2023 o resultado foi abaixo do esperado, em especial por um segundo trimestre marcado com "freeze" de investimentos
Em 2024 o resultado quarto trimestre foi muito ruim, reduzindo o resultado total do ano

Em 2025 tivemos:

- Primeiro trimestre - foi bem melhor do que originalmente previsto
- Segundo trimestre - bem mais fraco do que o originalmente previsto
- **A previsão de crescimento para o terceiro e quarto trimestres é de 18%**

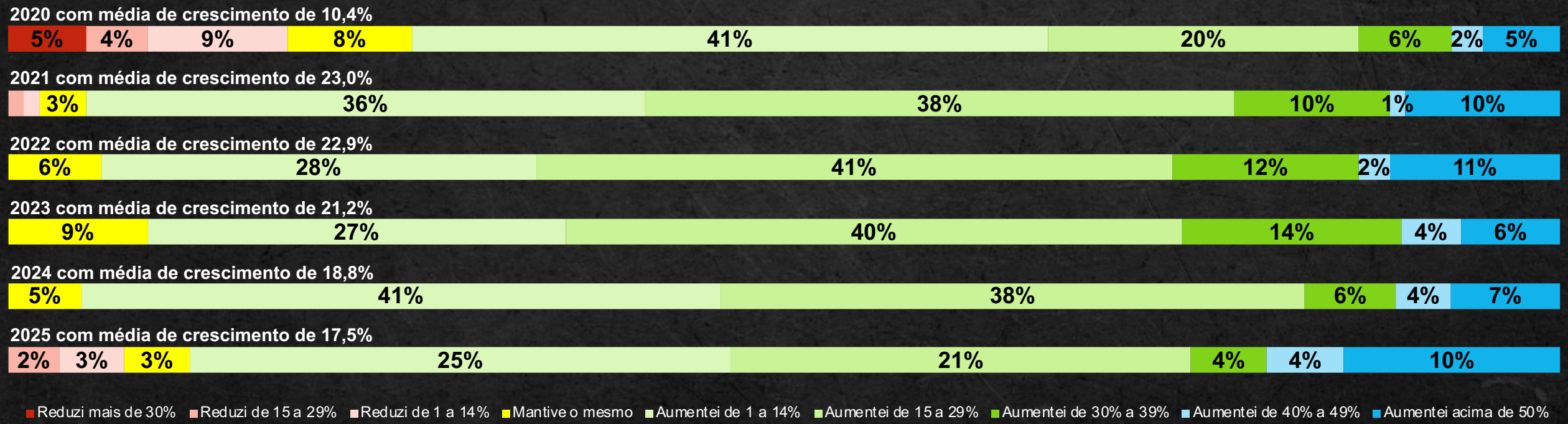
Trimestre (*)	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	% no ano
Primeiro	10%	8%	10%	2%	8%	16%	21%	20%	16%	19%	**25%**
Segundo	3%	6%	8%	8%	5%	27%	22%	18%	**22%**	**16%**	**20%**
Terceiro	5%	9%	11%	10%	10%	21%	18%	25%	**20%**		**25%**
Quarto	1%	15%	12%	14%	13%	28%	27%	23%	**18%**		**30%**
TOTAL ANO	**5%**	**11%**	**11%**	**10%**	**10%**	**23%**	**23%**	**21%**	**18,8%**	**17,5%**	**100%**

(*) 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** tivemos 24% das empresas com crescimento acima de 30% e 6% com crescimento acima de 50% ao ano
- **Em 2024** tivemos 17% das empresas com crescimento acima de 30% e 7% com crescimento acima de 50% ao ano
- **Em 2025** teremos 18% das empresas com crescimento acima de 30%; 10% com crescimento acima de 50% ao ano e 5% diminuindo de tamanho



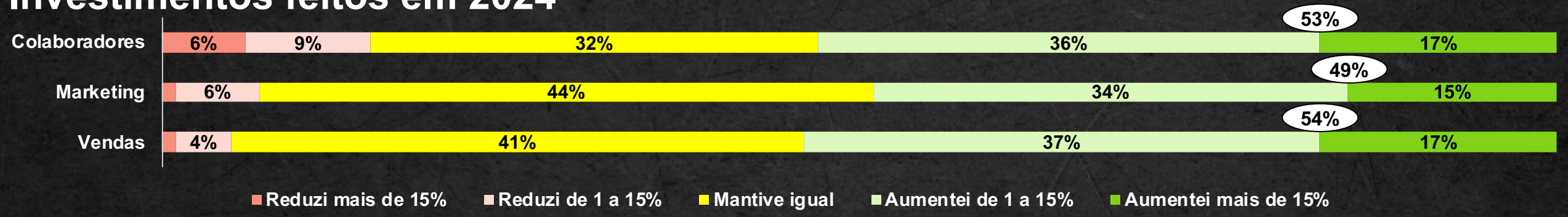
Investimentos em 2024 e programados para 2025

Em 2024 as empresas que mais investiram em contratação, marketing e vendas foram as "empresas de serviços em nuvem"

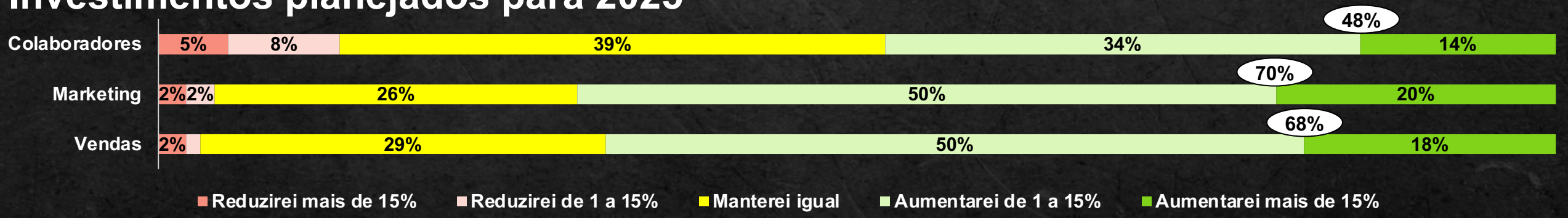
Em 2025 as empresas que mais investirão em contratação, marketing e vendas são as empresas de desenvolvimento de software, seja software sob medida ou fábrica de software, ou software aplicativo (ISV)

Tanto em 2024 e 2025 as empresas com menores investimentos em contratação, marketing e vendas são as "empresas de consultoria" (serviços ou treinamentos)

Investimentos feitos em 2024



Investimentos planejados para 2025



Crescimento "on premises" versus Cloud

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%	11%	15%	21%	30%	20%	32%
Crescimento 2024	18,8%	11%	15%	20%	29%	10%	28%
Crescimento 2025	17,5%	10%	13%	17%	30%	10%	25%
Crescimento 2026	18,0%	10%	14%	18%	29%	9%	28%
Crescimento comparado com a média de mercado							
Margem média do modelo de negócios							

As empresas de **hardware e software tradicionais** (on-premises) estão trabalhando com:

- Média de crescimento abaixo da média de mercado
- Média de margem de lucro abaixo da média de mercado

Empresas de **hardware tradicional** querem mudar o modelo de negócio, 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 sofrendo com a falta de mão-de-obra. O uso de IA deverá afetar drasticamente o modelo de negócios, podendo ser um grande diferencial para as empresas que conseguirem usar IA para aumentar sua produtividade

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**

Empresa com alta taxa de crescimento em 2025:

- Para 2025 as empresas com alta taxa de crescimento terão as mesmas características de 2021 (Covid), ou seja, maturidade empresarial, inovação e VELOCIDADE de adaptação, e MAIS UMA COISA: terão que oferecer soluções com VALOR para seus clientes

Agenda

ADVANCE
ADVANCE Your Sales

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2025 e 2026

Oportunidades, desafios e tendências

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing

10 principais oportunidades para 2025

1. inteligência artificial (ia) e soluções baseadas em IA	A Inteligência Artificial surge como a principal oportunidade, sendo mencionada repetidamente em diversos contextos. As empresas veem a IA como um caminho para novos negócios, o lançamento de produtos e serviços inovadores, a expansão da base de clientes (tanto existentes quanto novos) e a melhoria de processos. Há uma clara aposta em projetos de IA, cibersegurança com IA, análise de dados com IA e a própria modernização da infraestrutura para suportar essa tecnologia. Fala-se sem "Everything with IA"
2. Lançamento e expansão de novos produtos e serviços	A busca por inovação e diversificação é um tema central. Muitos participantes apontaram o lançamento de novos produtos e serviços como uma oportunidade primária. Isso inclui a ampliação do portfólio, o aumento de serviços e licenciamento de softwares e hardwares, e a entrada em novas geografias e segmentos através de canais de revenda. A capacidade de ofertar algo novo e relevante é vista como um diferencial competitivo
3. Expansão da base de clientes e geração de novos negócios	Conquistar e diversificar clientes é vital para o crescimento. As respostas indicam que focar na aquisição de novos clientes, na diversificação da carteira e na ativação de novos negócios dentro ou fora da base existente são estratégias essenciais. A busca por "novos logos" e a ampliação da capilaridade de vendas são prioridades claras para o segundo semestre
4. Cloud Computing (Nuvem) e infraestrutura digital	A migração e a otimização na nuvem continuam sendo uma área de grande potencial. As empresas visualizam oportunidades em novos negócios em Cloud, fornecimento de soluções em nuvem, e a adoção de serviços de hospedagem, segurança, armazenamento e gerenciamento de dados. A infraestrutura digital e a especialização em plataformas de NUVEM foram especificamente citadas como caminhos para ganhos de receita
5. Otimização de vendas na base existente e fidelização	Além de buscar novos clientes, a valorização da carteira atual é uma oportunidade significativa. Isso inclui a renovação de contratos existentes, o cross-sell (venda de produtos ou serviços adicionais) e o aumento dos serviços prestados aos clientes atuais. Focar em soluções que "encantem o cliente onde o preço não é o mais relevante" demonstra uma intenção de aprofundar o relacionamento e aumentar o lifetime value.

(*) Em ordem de número de respostas dadas pelos empresários de TI

10 principais oportunidades para 2025

6. Cibersegurança e segurança da informação	Com o aumento de eventos de invasão e a crescente preocupação com a proteção de dados, a cibersegurança emerge como uma área crítica. Oportunidades são vistas na oferta de soluções de cibersegurança, governança como serviço, proteção de dados e representação de soluções para segurança da informação, refletindo uma demanda contínua por robustez e resiliência digital
7. Redução de custos e melhor custo-benefício e VALOR para clientes	Em um cenário econômico desafiador, as empresas de TI podem ganhar dinheiro ajudando seus clientes a economizar. Isso se traduz em serviços de consultoria visando a diminuição de custos, redução de custos do cliente, e a entrega de especialização tecnológica que traga melhor custo-benefício. A eficiência operacional e a otimização de gastos são prioridades para muitas organizações, gerando demanda por soluções nesse sentido. As empresas de TI estão melhorando seu discurso de oferta de VALOR para os clientes
8. Análise de Dados (Data & Analytics) e soluções de gestão (ERP, CRM, BI)	O uso inteligente dos dados é fundamental para a tomada de decisões e a otimização de negócios. As oportunidades incluem Data Analytics, FinOps (Financial Operations), e a implementação ou aprimoramento de ferramentas de gestão como ERP, CRM e BI - todas com versão IA. Ajudar clientes com dificuldades em organizar e analisar dados, bem como em planejamento estratégico baseado em dados, é um nicho lucrativo
9. Automação e melhoria de processos	A busca por maior produtividade e otimização interna impulsiona a demanda por automação. As oportunidades giram em torno da automação de processos, revisão de processos (muitas vezes com IA), e o uso de ferramentas de automação para aumentar a eficiência. Isso permite que as empresas se concentrem em tarefas de maior valor agregado, reduzindo a carga de trabalho manual e melhorando o fluxo de trabalho.
10. Modernização e Migração de Sistemas Legados	Muitas empresas ainda operam com sistemas legados desatualizados, que representam um entrave à inovação e eficiência. A migração de legados, a modernização de aplicações (como a migração SAP) e o fornecimento de soluções que atualizem essas infraestruturas antigas são oportunidades importantes para o setor de TI.

(*) Em ordem de número de respostas dadas pelos empresários de TI

10 principais desafios para 2025

1. Problemas e instabilidade governamental	É o desafio mais citado pelos empresários de TI. Inclui a instabilidade política do país, as políticas do governo atual, o que é percebido como "desgoverno", e até mesmo preocupações com corrupção. A falta de rumo e a imprevisibilidade das ações governamentais são vistas como a raiz de muitas incertezas, impactando diretamente o ambiente de negócios e os investimentos
2. Cenário econômico desfavorável e incertezas	A economia brasileira é uma fonte constante de apreensão. Fatores como a retração e o desaquecimento da economia, a instabilidade macroeconômica, e a deterioração dos fundamentos econômicos do país geram um clima de insegurança que afeta a confiança e a capacidade de investimento das empresas
3. Relações com os EUA, guerra comercial e tarifas	A relação bilateral entre Brasil e Estados Unidos, incluindo a possibilidade de guerras comerciais, aplicação de tarifas (como as "Trump tariffs" e sobretaxas), e o impacto diplomático, é um desafio significativo. Essa tensão pode encarecer produtos e serviços e prejudicar as exportações, afetando diversos setores
4. Juros altos e restrição de investimentos	O elevado patamar das taxas de juros (incluindo a Selic e juros dos EUA com impacto no Brasil) dificulta o acesso a crédito e o financiamento de projetos. Isso leva ao congelamento de investimentos por parte das empresas e à restrição de capital, freando o crescimento e a inovação
5. Aumento de impostos e carga tributária	A preocupação com o constante aumento de impostos, a complexidade da reforma tributária e a alta carga fiscal sobre serviços são citadas como barreiras significativas. Isso reduz a margem de lucro das empresas e desestimula a expansão, contribuindo para um ambiente menos competitivo

(*) Em ordem de número de respostas dadas pelos empresários de TI

10 principais desafios para 2025

6. Concorrência acirrada e pressão por preços	O mercado de TI enfrenta uma concorrência crescente, tanto de empresas estabelecidas quanto de novos entrantes. Isso gera uma guerra de preços, com concorrentes reduzindo drasticamente seus valores, e a necessidade de lidar com a consolidação de grandes players que "descem a régua" no mercado
7. Inflação	A alta da inflação é um desafio direto que afeta o poder de compra, os custos operacionais das empresas e a previsibilidade financeira, contribuindo para o cenário de incertezas econômicas
8. Instabilidade do dólar e câmbio	A flutuação e o alto valor do dólar impactam diretamente os custos de equipamentos, softwares e serviços cotados na moeda americana, encarecendo as operações e os projetos para as empresas brasileiras
9. incerteza generalizada do mercado e pessimismo empresarial	Além das incertezas econômicas e políticas específicas, há um sentimento geral de insegurança no mercado e um pessimismo empresarial que impede a tomada de decisões e a realização de planos de longo prazo, gerando um ambiente de cautela excessiva
10. Dificuldade e demora na tomada de decisão dos clientes	Muitas empresas relatam que os clientes estão mais lentos para tomar decisões sobre projetos, especialmente em TI e IA. Isso leva a uma "paralisia decisória" ou a um tempo de ciclo de vendas maior do que o desejado, impactando o fluxo de negócios e o planejamento das consultorias e provedores de soluções

(*) Em ordem de número de respostas dadas pelos empresários de TI

5 principais tendências citadas pelos empresários

1. Automação e IA como tendência	Cresce a demanda por automação de processos e uso de inteligência artificial e agentes, visando aumento de produtividade e redução do número de funcionários, embora a queda dos mercados possa atrasar ou restringir esses investimentos
2. Infraestrutura em ascensão	O setor de infraestrutura continuará crescendo; mesmo com o domínio de empresas estrangeiras, provedores nacionais podem se beneficiar, especialmente se houver mudanças na crise tarifária
3. Importância das decisões governamentais	O rumo do setor dependerá fortemente das ações do governo nos próximos períodos, influenciando diretamente investimentos e demandas
4. Qualidade nos serviços como fator decisivo	O crescimento do setor depende da qualidade dos serviços oferecidos; sem qualidade, o avanço e os investimentos não trarão resultados positivos
5. Tecnologia como fator estratégico	A tecnologia é vista como essencial para melhorar a performance, reduzir custos, agilizar processos e aumentar a produtividade, sendo a IA um grande diferencial competitivo para empresas de TI

(*) Em ordem de número de respostas dadas pelos empresários de TI

Agenda

ADVANCE
ADVANCE Your Sales

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2025 e 2026

Oportunidades, desafios e tendências

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing

Balizadores 2024 e 2025

	2024	2025	Variação
Quanto você acha que crescerá o faturamento da SUA EMPRESA?	19%	20%	↗
Qual sua expectativa de % do faturamento em receita recorrente?	56%	56%	→
Qual sua expectativa de % do faturamento em produtos?	31%	28%	↘
Qual sua expectativa de % do faturamento em serviços?	47%	46%	↘
Qual sua expectativa de % do faturamento em IA/GenAI?	5%	11%	↗
Qual sua expectativa de % do faturamento em nuvem?	26%	26%	→
Qual sua expectativa de % do faturamento em dados e analytics?	8%	8%	→
Qual sua expectativa de % do faturamento em segurança e cybersegurança?	8%	11%	↗
Qual o % do faturamento em exportação ou fornecimento para o exterior?	4%	6%	↗
Qual sua expectativa de margem de lucro líquido (*)?	19%	21%	↗

(*) pensamos em margem de lucro líquido como sendo o total de faturamento menos custos e despesas, menos os impostos, e dividido pelo total de faturamento

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 2025 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

Recomendação da ADVANCE:

- Expansão de base é importante, mas é mais cara e lenta do que vender na base, então, precisa de planejamento "apurado"
- Negligenciar e perder a atual base de clientes pode ser um erro MUITO caro...a retomada de um cliente é 2x mais cara
- "Fritar o peixe e olhar o gato" não é fácil, mas com planejamento e disciplina de execução dá para fazer

Estratégia de vendas	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Venda na base	**62%**	46%	24%	21%	16%	45%	30%	15%	27%	25%	20%
Expansão de base	38%	54%	**76%**	**79%**	**84%**	55%	**70%**	**85%**	**73%**	**75%**	**80%**

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 2025, os empresários estão planejando "**expansão de base de clientes**" e olham para o canal como uma alternativa para esta expansão de mercado, geografia e clientes

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	2025
Empresas que já trabalham com canais	42%	48%	53%	48%	48%	52%	45%	45%	45%	45%
Empresas interessadas em trabalhar com canais	28%	25%	13%	21%	28%	25%	21%	21%	21%	30%
Já trabalham + interessadas	70%	73%	66%	69%	76%	75%	66%	55%	55%	75%

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 exportavam 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
- Em 2025, com as inseguranças políticas e econômicos, alguns empresários voltam a olhar exportação como uma alternativa de aumento de vendas e expansão da base de cliente

Recomendação da ADVANCE:

- Exportação não é tão simples e rápida quanto parece...requer um planejamento "muito apurado" para evitar que o projeto fracasse e fique com uma conta alta para pagar...

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Empresas que já exportam	15%	12%	13%	16%	17%	18%	19%	19%	17%	17%
Empresas interessadas em exportar	35%	30%	30%	31%	30%	25%	22%	19%	15%	30%
Já trabalham + interessadas	50%	42%	43%	47%	47%	43%	41%	38%	32%	47%

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 estava inflacionando os salários e aumentando os custos com equipe de vendas

Mudanças planejadas para 2025:

- Ganho de eficiência operacional em marketing e vendas

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025 (estimado)
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%	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%	4,0%
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%	7,0%

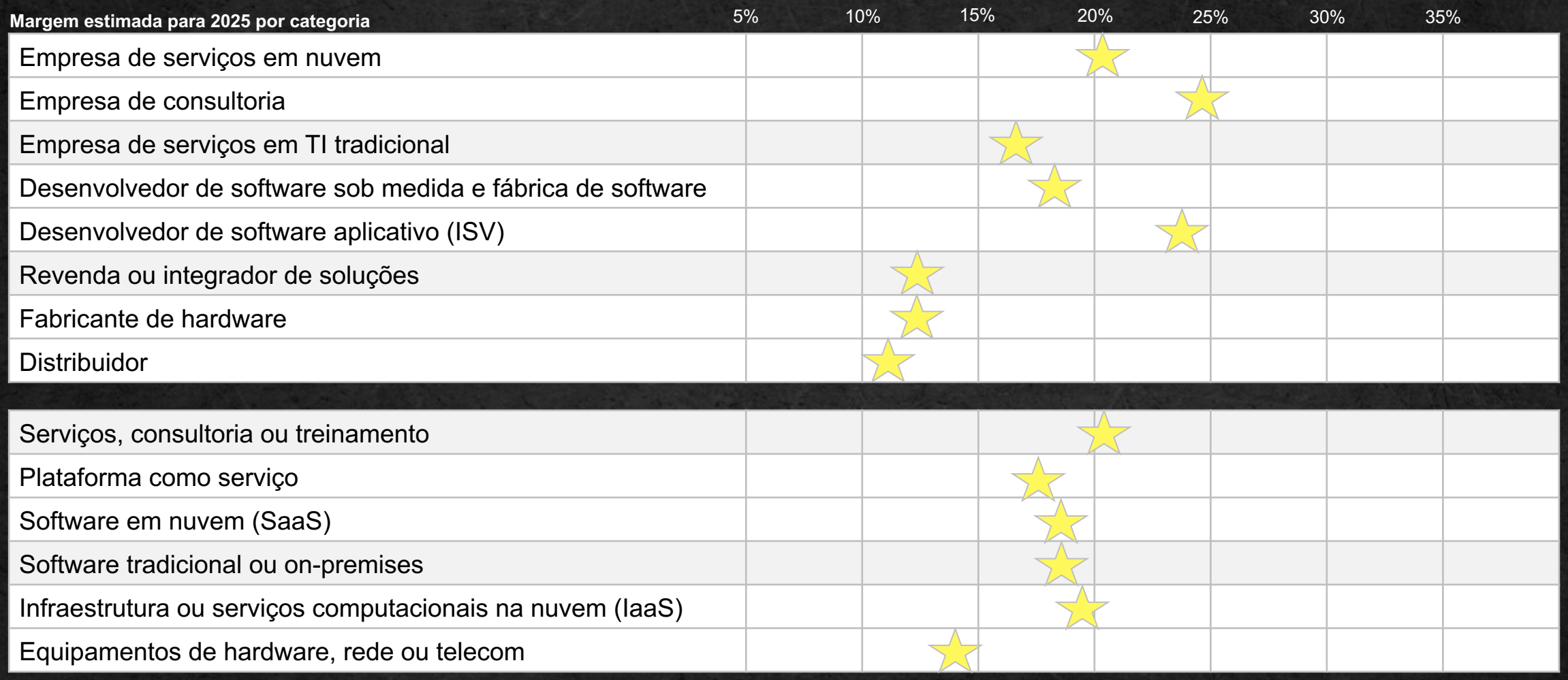
Balizadores de investimento em 2025

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 2025, previsão de investimentos ou gastos 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)	3,0	2,0	9,0	4,0	8,0	50,0	14,0	90,0
Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software	3,0	2,0	8,0	3,0	8,0	50,0	16,0	90,0
Distribuidor	4,5	3,5	7,0	1,0	4,0	30,0	16,0	66,0
Empresa de consultoria	3,0	3,0	11,0	5,0	9,0	35,0	16,0	82,0
Empresa de serviços em nuvem	5,0	3,5	6,0	5,0	7,0	30,0	19,0	75,5
Empresa de serviços em TI tradicional	2,0	1,5	8,0	3,0	10,0	35,0	20,0	79,5
Fabricante de hardware	2,0	2,0	5,0	8,0	12,0	30,0	17,0	76,0
Revenda ou integrador de soluções	3,0	4,0	11,0	5,0	6,0	20,0	18,0	67,0
Oferta principal								
Equipamentos de hardware, rede ou telecom	2,5	3,0	10,0	3,5	8,0	20,0	19,0	66,0
Infraestrutura ou serviços computacionais na nuvem (IaaS)	3,0	2,0	6,5	6,0	7,0	35,0	20,0	79,5
Plataforma como serviço	5,0	3,0	8,0	3,0	9,0	20,0	15,0	63,0
Serviços, consultoria ou treinamento	3,0	2,5	10,0	6,0	7,0	45,0	18,0	91,5
Software em nuvem (SaaS)	3,0	4,0	5,0	4,0	9,0	40,0	14,0	79,0
Software tradicional ou on-premises	3,0	1,5	9,0	3,5	8,0	45,0	16,0	86,0
Média	**3,2**	**2,7**	**8,1**	**4,3**	**8,0**	**34,6**	**17,0**	**77,9**

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

Margem de lucro líquida estimada para 2025



Pensamos em margem de lucro líquido como sendo o total de faturamento menos custos e despesas, menos os impostos, e dividido pelo total de faturamento

Receita recorrente (% do faturamento)

Atividade principal da empresa	% em 2022	% em 2023	% em 2024	% em 2025
Desenvolvedor de software aplicativo (ISV)	71%	75%	75%	75%
Desenvolvedor de software sob medida e fábrica de software	59%	66%	67%	66%
Distribuidor	28%	30%	35%	37%
Empresa de consultoria	48%	49%	55%	57%
Empresa de serviços em nuvem	71%	75%	73%	76%
Empresa de serviços em TI tradicional	75%	78%	75%	75%
Fabricante de hardware	15%	18%	15%	15%
Revenda ou integrador de soluções	41%	43%	43%	43%
Oferta principal da empresa				
Equipamentos de hardware, rede ou telecom	15%	20%	17%	20%
Infraestrutura ou serviços computacionais na nuvem (IaaS)	42%	44%	48%	51%
Plataforma como serviço	52%	54%	60%	60%
Serviços, consultoria ou treinamento	54%	58%	59%	60%
Software em nuvem (SaaS)	69%	72%	72%	73%
Software tradicional ou on-premises	69%	75%	72%	70%
Média geral	**51%**	**54%**	**55%**	**56%**

Agenda

ADVANCE
ADVANCE Your Sales

Sobre a ADVANCE e esta pesquisa

Sumário executivo

Perfil das empresas e dos entrevistados

Expectativas para 2025 e 2026

Oportunidades, desafios e tendências

Balizadores de receita, margem e investimento

Minhas conclusões

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing

Minhas conclusões

2025 e 2026 serão anos cheios de emoção, tanto na política e economia Brasileira, quanto americana e mundial

Serão 2 anos de muita insegurança, o que normalmente, "congela" a maioria dos decisores e decisões

TI, no Brasil, continua com um déficit grande e precisamos de modernização em praticamente todas as áreas

As empresas que terão alta taxa de crescimento colocaram VENDAS como elemento central - "sales oriented company"

O bom vendedor, usará técnicas e táticas para "descongelar" o cliente e fazê-lo tomar a decisão entendendo o momento como diferencial competitivo, e entendendo o VALOR da solução de TI oferecida e o impacto para os negócios

Sumário executivo - sobre 2025

- **Insegurança política e econômica**
  - Cerca de 80% dos empresários de TI estão extremamente preocupados com a insegurança política e econômica, e os impactos negativos para 2025 e 2026, incluindo reforma tributária, inflação, câmbio, juros, gastos e endividamento público, aumento da inadimplência, etc. Estes empresários acham que o Governo Federal não conseguirá fazer as ações necessárias nem em 2025, nem em 2026 e que seguiremos retraindo até 2027
  - A guerra tarifária dos USA adiciona uma camada de grande complexidade e insegurança
  - A grande maioria dos investidores mudou seu eixo de investimentos para os USA

- **Insegurança em como conduzir a empresa de TI em 2025**
  - Os empresários de TI não estão "congelados", mas cientes de que o mercado não será fácil e exigirá novas estratégias e gestão, como foi em 2020 na pandemia
  - A prioridade dos empresários é VENDER e ter eficiência em vendas
  - A maioria estabeleceu como estratégia prioritária a "expansão", ou seja, venda para novos mercado, geografias e cliente. Eles tomaram esta decisão porque acreditam que sua atual base de clientes não dará os resultados necessários
  - Muitos empresários estão repensando seus modelos de negócios, em um processo que chamamos de Modernização e Monetização

- **Vender vai exigir novas estratégias e táticas**
  - A grande maioria das equipes de vendas, e vendedores, viveram anos onde o cliente é quem buscava o fornecedor.
  - Em 2024 começamos a ver uma mudança onde os vendedores têm que ser proativos para conseguir obter os resultados de vendas. Em 2025 vamos ver a consolidação deste momento que exigirá que o vendedor trabalhe com técnicas e táticas de criar demanda e mostrar o valor do que está sendo oferecido

ADVANCE
ADVANCE Your Sales

ADVANCE Consulting

Advance Your Sales consultoria e treinamento para vender mais e melhor

www.advanceconsulting.com.br

Estudo trimestral sobre o mercado Brasileiro de TI

© ADVANCE Consulting, 2002-2025 - Todos os direitos reservados. Reprodução proibida sem a autorização expressa da ADVANCE Marketing