

Novo Office enfrenta pressão do Google

Nick Wingfield

A Microsoft Corp. derrotou a maioria dos concorrentes do seu pacote de aplicativos Office. Mas uma nova versão vai ser posta à prova por alternativas baseadas na web, gratuitas ou baratas, do Google Inc., que alguns clientes estão adotando.

A Microsoft adicionou recursos de web ao Office 2010, a ser lançado nos Estados Unidos em maio, que permitirão às pessoas rodar o Word, o Excel e outros aplicativos em navegadores de internet e editar documentos simultaneamente com outros usuários. A empresa também vai oferecer uma versão online gratuita do Office 2010, com publicidade.

A estratégia é o esforço mais sério da Microsoft até hoje para remodelar uma de suas galinhas dos ovos de ouro numa era de "computação em nuvem", uma tendência apoiada pelo Google em que aplicativos são executados em bancos de dados remotos e muitas vezes alugados pelos usuários, em vez de adquiridos e instalados nos PCs dos clientes.

As alternativas online do Google, chamadas de Google Apps, ganharam impulso nos últimos anos graças à redução de custos e de problemas administrativos que propiciam. O Google também tem programas mais obscuros para administrar sistemas de e-mail e sites de empresas que concorrem com o Exchange e o SharePoint, do Office.

A versão gratuita do Office 2010 é uma aposta arriscada de que os consumidores vão pagar por uma versão que omite publicidade e dê às empresas maior controle sobre como os documentos são administrados, em geral um fator importante para o cumprimento de regras de privacidade e do mercado de capitais.

A Microsoft não pode se dar ao luxo de deixar que as vendas do Office caiam. Sua divisão empresarial, que obtém mais de 90% do faturamento com os produtos do Office, foi responsável por quase 60% do lucro operacional da empresa no ano fiscal encerrado em 30 de junho de 2009.

Por ora, a Microsoft parece menosprezar a ameaça do Google, especialmente em relação às grandes empresas. Na crista da onda com as vendas do Windows 7, uma nova versão de seu importante sistema operacional, a Microsoft recentemente derrotou o Google e obteve vários contratos relacionados ao Office na General Motors Corp. e na Starbucks Coffee Co. "Quando estamos lá concorrendo, nós vencemos", disse Stephen Elop, diretor-superintendente da divisão da Microsoft que produz o Office. Elop ajudou recentemente a convencer a GM a usar o software SharePoint para administrar o site da intranet da montadora, um contrato pelo qual o Google também concorreu.

Kirk Gutmann, diretor de tecnologia e de estratégia de TI da GM, disse que a montadora também planeja adquirir o Office 2010. Ele não quis dizer quanto a GM pagou.

Uma pessoa a par do Google disse que a empresa não concorreu seriamente pelo contrato com a GM. Em alguns casos, acrescentou essa pessoa, as empresas aparentemente estão usando a ameaça do Google para negociar descontos com a Microsoft. "A maioria das empresas que estuda seriamente o produto do Google termina nos escolhendo", disse um porta-voz do Google.

O Google informou que existem 25 milhões de usuários do Google Apps. A firma de pesquisa de mercado Gartner Inc. calcula que o Google Apps tenha cerca de 1 milhão de clientes pagantes; o resto baixa uma versão gratuita que tem publicidade.

O Google não quis comentar a estimativa da Gartner.

O Google tem tido mais sucesso em convencer as empresas a usarem o serviço do Gmail para hospedar os e-mails delas, e isso deve produzir mais contratos.

A fabricante de eletrônicos Sanmina-SCI Corp., por exemplo, terminou em dezembro de transferir seus 16.000 empregados do Exchange, da Microsoft, para o Gmail e está começando a testar outros aplicativos do Google, embora no momento continue usando programas do Office.

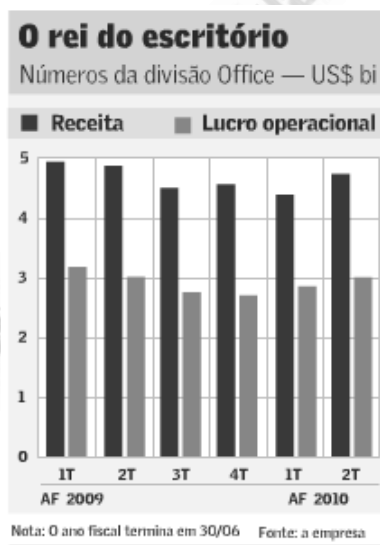
Parte do apelo do Google Apps é o preço, baixo e fácil de entender: US\$ 50 por usuário anualmente. Os clientes também não têm que instalar ou administrar o Google Apps, que o Google operar em seus bancos de dados.

As versões empresariais do Office geralmente custam centenas de dólares, embora a popular versão de uso residencial custe US\$ 119. A Microsoft não informou quanto vai cobrar das empresas que escolherem a versão na web do Office 2010 em vez de comprar uma cópia para instalar nos PCs.

"De todas as outras ameaças que (a Microsoft) enfrentou no decorrer dos anos, essa é a mais preocupante, não apenas porque é do Google, mas porque defende uma nova maneira de fazer as coisas", disse David Smith, analista da Gartner.

A Microsoft começou a adaptar o Office para contra-atacar o apelo do Google há pouco mais de um ano, quando passou a oferecer versões do Exchange e do SharePoint que ela administra para os clientes em seus próprios centros de dados. Ela informou que agora há mais de 40 milhões de usuários pagantes desses e de outros serviços online para empresas.

O diretor sênior da Microsoft Chris Capossela disse que a versão do Office 2010 com recursos web está ajudando a empresa a conquistar novos clientes que normalmente não usam o software.



Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 30 mar. 2010, Empresas & Tecnologia, p. B13.