

O papel da distribuição de TIs

Mariano Gordinho

Tão jovem quanto a própria indústria de TI. Até meados dos anos 80 o conceito de "distribuição" associado aos negócios de venda de tecnologia da informação (que nem tinha essa designação) era incipiente ou inexistente. Desde o seu surgimento até sua viabilização comercial, a indústria de computadores (o nascedouro da indústria de TI) foi estruturada sobre um conceito de vendas diretas da fábrica ao consumidor. Tal modelo de negócio se justificava pela enorme complexidade envolvida no processo: Os computadores e seus softwares eram frutos de uma tecnologia difícil e praticamente inacessível aos leigos. Instalar e implantar um sistema de computação em uma empresa era tarefa que exigia dos engenheiros e técnicos especializados muito trabalho e um nível de conhecimento quase similar ao daqueles que trabalhavam com lançamento de foguetes e pesquisas espaciais.

Sem nenhuma dúvida os computadores daquela época eram recursos somente acessíveis a empresas de grande porte e com muitos recursos financeiros. Isso sem mencionar o software e sistemas de aplicação, via de regra voltados exclusivamente às áreas de administração e industriais. O usuário era mero coadjuvante do processo, quando muito treinado e adaptado para executar funções e tarefas oriundas da implantação. As primeiras distribuições comerciais de produtos da indústria de microcomputadores que se tem relato remontam a 1982/1983, em sua grande maioria relacionada à venda de softwares aplicativos tipo Lotus 123, WordStar, dBase e Clipper, todos hoje produtos extintos ou absorvidos e incorporados em outras tecnologias. E foi mais ou menos assim que nasceu o negócio de distribuição de TI no Brasil.

Um longo e distante caminho até os números e performances que conhecemos hoje. Quis registrar esse breve histórico para dar uma dimensão mais ampla ao papel e participação da distribuição no mercado brasileiro de tecnologia da informação e sua relevância para o crescimento e amadurecimento desse importante setor econômico.

E como está hoje o negócio de distribuição de TI no Brasil? O setor está altamente profissionalizado. Em sua grande maioria as empresas de distribuição são organizações extremamente bem estruturadas, com suas capacidades comerciais, logísticas e operacionais reconhecidas e utilizadas pelas indústrias de TI como seu veículo de acesso ao mercado.

Através das empresas de distribuição, chegam aos consumidores anualmente mais de 50 milhões de produtos. A distribuição é o meio pelo qual mais de 30 mil revendas operam seus negócios de venda de produtos de TI. A distribuição tornou-se o grande mecanismo de armazenagem, faturamento, entrega e cobrança para esses revendedores.

O setor de distribuição faturou R\$ 12,4 Bilhões em 2010. 17% de crescimento sobre o ano de 2009, índice superior ao crescimento do mercado total de TI - R\$ 69 Bilhões em 2010 contra R\$ 62 Bilhões no ano de 2009 (aproximadamente 11%). Esses dados demonstram que o setor de distribuição está bem sólido, tendo sido responsável pela venda de 18% de tudo que o mercado brasileiro consumiu de TI no ano passado! Analisando os números de 2010, expurgando-se os valores gastos com serviços (cerca de R\$ 26 Bilhões), o setor de distribuição representa um percentual ainda mais relevante - 29% do total! A expectativa de crescimento para 2011 está em torno de 10%, o que aponta um volume de receitas de aproximadamente R\$ 13,6 Bilhões. E quais desafios vêm por aí? Dada a sua proximidade com os produtores e fabricantes de TI, as empresas de distribuição assumiram também o papel de disseminadores de tendências tanto tecnológicas como mercadológicas para seus parceiros. E é através dos distribuidores que a maioria das revendas tem acesso aos novos lançamentos e as estratégias dos inúmeros fabricantes presentes no mercado tanto nacional quanto internacional.

Pesquisas apontam cifras estonteantes em segmentos como Tablets e Cloud Computing Segundo o Gartner Group, as receitas com negócios e serviços de computação na nuvem deverão ultrapassar U\$ 150 bi já em 2013! De acordo com a Forrester Research a venda de Tablets em 2010 deverá superar 20 milhões de unidades, sendo esperado que esse número dobre em 2011 superando as 40 milhões de unidades comercializadas. É esse o papel das empresas de distribuição de TI - manter-se alinhadas com seus fornecedores e o mercado e,

estender esse alinhamento aos seus revendedores, trabalhando para orquestrar e harmonizar ações conjuntas voltadas ao sucesso de todo o ecossistema aonde atua.

Fonte: DCI, São Paulo, 18 mar. 2011, São Paulo, p. C8

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais