Padrão Apple molda o mercado
Max Milliano Melo

Especialistas analisam como a criatividade da empresa de Steve Jobs tem forçado as concorrentes a seguir seus passos e veem riscos na falta de outras propostas inovadoras no setor. Supremacia deve durar por mais alguns anos

Em 1996, a Apple era uma companhia à beira da falência. No mundo da tecnologia, quem ditava as regras era a Microsoft, dona de praticamente todos os programas básicos usados nos computadores domésticos ao redor do mundo. Em pouco mais de 15 anos, a história mudou. A empresa fundada por Steve Jobs se reergueu, tornando-se a maior referência mundial em artigos tecnológicos como tablets, smartphones, notebooks e equipamentos portáteis para a reprodução de música e vídeo. Hoje, o mercado vive uma espécie de estabelecimento de um "padrão Apple". A empresa ganhou a imagem de permanente inovação, por criar produtos que, muitas vezes, mudam padrões de comportamento no mundo e tendem, segundo especialistas, a ser copiados pelos concorrentes.

Mesmo mais caros, e muitas vezes difíceis de comprar chega-se a ter que esperar meses para se conseguir adquirir um iPad de última geração em uma loja autorizada, os produtos da empresa criada por Jobs permanecem como desejo de consumo de boa parte dos consumidores de tecnologia. A empresa domina o segmento, conquistando uma fatia de mais de 80%.

"É uma tecnologia mais simples de ser utilizada. A Apple é muito minuciosa em relação aos seus produtos. Se uma tecnologia atrapalha a plena experiência do usuário, ela é automaticamente descartada", conta Alessandro Salvatori, especialista em tecnologia e editor do BlogdoiPhone.com, site dedicado à análise dos produtos desenvolvidos pela equipe Apple.
"Foi assim no caso do Flash. Os produtos Apple não rodam com esse programa, muito mais por ele travar constantemente e carregar a navegação do que por uma possível briga entre Steve Jobs e a Adobe", avalia.

Apesar de ver com cautela a liderança da empresa no mercado de tecnologia, Jeff Orr, diretor sênior da ABI Reseach, principal consultoria norteamericana na área de tecnologia, acredita que a Apple mantém o posto de empresa mais inovadora da área. "Será preciso uma competição acirrada e constante inovação para fazer com que ela deixe a liderança na área", afirmou. "É um exagero dizer que a Apple controla os mercados onde atua. No entanto, é a empresa que tem contribuído de forma mais significativa para tornar cada tipo de dispositivo uma experiência mais agradável", completa.

Uma das justificativas apontadas pelo especialista americano para a liderança da empresa é o próprio império tecnológico que a Apple construiu ao redor de si.

"O interesse contínuo da empresa na experiência do usuário tem sido fundamental para seu sucesso nos mercados. Eles desenvolveram um ecossistema de conteúdo adaptado para seus dispositivos", explica Orr. Assim, produtos e serviços, como a loja virtual iTunes, o music player de mesmo nome ou o navegador Safari dificultam que outros padrões possam se estabelecer. "Ao contrário de muitas empresas de PCs e de dispositivos móveis, a Apple está focada em apoiar seu próprio sistema operacional e plataformas de transação de conteúdos", completa.

SEM INOVAÇÃO. No entanto, é a falta de inovação das concorrentes que é apontada pelos especialistas como a principal justificativa para a falta de alternativas. "O que percebo no mercado atual é que as concorrentes, praticamente sem exceções, tentam imitar o que é proposto pela Apple", opina Alessandro Salvatori. "É como se a Apple se ocupasse em ditar a tendência e as demais companhias apenas a seguissem", completa.

REVIRAVOLTAS. O mercado de smartphones é apontado como um exemplo bastante explícito de como isso vem ocorrendo.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

Em 2007, todos os celulares utilizavam teclado. “Aí, é lançado o iPhone, que rompe totalmente com isso e passa a usar o sistema touch screen”, exemplifica Salvatori. A tecnologia para a navegação com toque na tela não era desconhecida naquele período, mas a empresa foi a primeira a aplicá-la a celulares e a MP3 players. “Logo em seguida, percebe-se um movimento intenso de várias marcas para lançar produtos semelhantes.

É como se as concorrentes estivessem apenas esperando a Apple criar para poderem copiar. O mesmo raciocínio pode ser aplicado a praticamente todos os demais produtos que ela fabrica.” O consultor em comunicação digital e novas mídias Celso Fortes concorda com essa avaliação.

Para ele, existe uma certa “preguiça” dos concorrentes em criar uma via diferente da produzida pela Apple. “O que aconteceu foi um erro de avaliação por parte da maioria das empresas, no que diz respeito à inovação. A impressão que fica é que houve uma espécie de acomodação da concorrência”, opina. “Um exemplo disso é a Microsoft. Há tempos, se ouvia falar muito mais neles. Hoje, continuam importantes, mas muito menos e, nesse caso específico, acho que foi em função de uma má avaliação sobre o peso da internet no futuro da tecnologia.” Em um futuro próximo, a supremacia da empresa de Jobs não deve ser ameaçada. Todos os especialistas são unânimes em acreditar que, pelo menos nos próximos cinco anos, ela deve se manter como líder do mercado. “Há, inclusive, um processo de acentuação dessa liderança. Um dos problemas da Apple hoje é que ela é muito cara. Com o passar dos anos, a tendência de queda nos preços deve ajudar a empresa a conquistar ainda mais mercados”, acredita Fortes.

Mudança para melhorar
Max Milliano Melo

Na semana passada, a Apple propôs um novo padrão para cartões SIM, os tradicionais chips de celulares, à Etsi, órgão que controla as telecomunicações na União Europeia. A proposta é adotar versões menores e mais finas dos atualmente utilizados.

A ação faz parte da estratégia da Apple de tentar fazer telefones ainda mais finos que os atuais. A proposição surgiu no momento em que a Europa tenta retomar a discussão sobre a padronização de chips em seus celulares.

---

iPhone sobe para 2º lugar
Gustavo Henrique Braga

O número de usuários ativos do iPhone superou os do BlackBerry pela primeira vez nos Estados Unidos, no trimestre encerrado em abril, segundo pesquisa da consultoria ComScore. A participação de mercado da Apple no total de smartphones alcançou 26% no quarto mês do ano, ante 24,7% registrados em janeiro.

No mesmo período, a fatia do sistema BlackBerry caiu de 30,4% para 25,7%. O movimento levou a empresa de Steve Jobs à segunda posição no ranking de maiores companhias do segmento.

A primeira colocação, com 36,4% dos usuários, continua ocupada pelo sistema operacional Android, do Google, que havia registrado 31,2% no trimestre encerrado em janeiro.

A situação é tão crítica para a Research In Motion (RIM), fabricante do BlackBerry, que, na última sexta-feira, as ações da companhia caíram 5%, para US$ 38,53, o menor valor desde março de 2009. Desde 28 de abril, quando a RIM avisou ao mercado que não alcançará as previsões de vendas e lucros para o trimestre atual, o preço dos papéis recuou 32%. A Microsoft também perdeu terreno, com queda de 8% para 6,7% em abril. Ao todo, 74,6 milhões de pessoas têm smartphone nos Estados Unidos.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

Entre os principais fabricantes de celulares em geral o que inclui os aparelhos comuns, a Samsung aparece como a líder do mercado norte-americano, com uma preferência de 24,5% dos usuários. Em segundo lugar está a LG, com 20,9%, seguida pela Motorola (15,6%), Apple (8,3%) e RIM (8,2%). Das cinco, apenas a empresa de Jobs teve crescimento substancial entre janeiro e abril, de 1,3 ponto percentual em relação à participação apurada no trimestre encerrado em janeiro. A ComScore divulgou ainda que 234 milhões de norte-americanos usam celular.

Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 8 jun. 2011, Seudinheiro, p. B8.

.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais