TI: um só mercado, várias faces
Sérgio Carvalho e Miguel Ruiz

O mercado de Tecnologia da Informação tem como principal característica velocidade de mutação, sejam relacionadas aos equipamentos utilizados, às metodologias, ou até mesmo, às previsões mercadológicas. Com essas alterações, o profissional que trabalha no segmento de TI tem que se preocupar muito mais com a parte de relacionamento pessoal. Entender o negócio do cliente é essencial para ter visão global e propor soluções coerentes e corretas e aumentar a demanda de serviços. Conhecer a viabilidade financeira de cada projeto também se torna muito importante na hora de montar um portfólio.

O Treinamento em TI é uma outra face desse mercado. Nesse segmento, existe uma grande oferta em certificações e cursos, e carência em cursos específicos para gestão em TI, que visem complementar a visão de negócio e especialização dos técnicos da área. Embora seja muito importante, as empresas costumam investir apenas 6% do seu orçamento de TI em treinamento, sendo que mais da metade desse recurso, vai para treinamento técnico dos funcionários, ao invés de treinamentos gerenciais.

Para se construir um bom profissional de TI, hoje é necessário mais do que conhecimentos técnicos. Ferramentas de gestão como o COBIT , ITIL, PMI, SAS 40, ISO 19977 e CMM permitem ao profissional da área uma visão mais estratégica do negócio, que pode auxiliar não apenas no trabalho e seu cumprimento, mas também no relacionamento com o cliente.

Uma outra área que tem ganho bastante espaço no mercado de TI é o da Automação. Os maiores clientes e os principais resultados do segmento estão no setor bancário e comercial. Os maiores investimentos na área foram focados em redução de custos e velocidade da informação. Devido a fusões ocorridas nos segmentos desses clientes, a concorrência também aumentou bastante. Com esses fatores a mostra, os novos projetos realizados pelas empresas se baseiam em ROI (retorno de investimento) e aumento de satisfação dos clientes.

Profissionais que trabalham nesse segmento devem se esforçar bastante para conhecer a fundo seu negócio. O estudo de aplicabilidade de TI nos processos das empresas, sejam esses processos, internos ou externos, só são viáveis se o profissional tiver um grande conhecimento sobre a área. É um segmento para o qual o treinamento, mais cedo ou mais tarde, será fundamental para atingir bons resultados.O Desenvolvimento de Softwares tem lugar garantido no mercado de TI, devido à necessidade, de as empresas manter-se atualizadas e operando com grande eficiência, inteligência e personalidade. Os últimos cinco anos foram de prosperidade graças ao boom da internet. Os ERP`s evoluíram e amadureceram. Hoje softwares de busca e softwares de Business Intelligence são fundamentais para empresas, que procuram o tal do diferencial competitivo e principalmente, estratégico.

Já no segmento de Segurança da Informação, os processos e as estratégias são um pouco diferentes dos demais segmentos do mercado de TI devido a algumas particularidades. A primeira delas refere-se a sua consolidação: trata-se de um mercado em formação, com grande campo para expansão, porém, ainda não é um setor sólido. A segurança da informação no Brasil, está estimada em U$ 300 milhões, com uma possível taxa de crescimento de 15% nos próximos 3 anos. Uma necessidade do mercado brasileiro é ter maior acesso as novas informações e tecnologias lançadas nos Estados Unidos, Europa e Ásia.

Um maior conhecimento por parte dos profissionais de TI nessa área seria de grande ajuda, pois, esse mercado vem crescendo nos últimos anos, ampliando sua carteira de clientes principalmente nos setores ligados ao governo, às telecomunicações e ao mercado financeiro. Outro fator relevante desse mercado é a formação de preços competitivos, fator esse, que dá vantagens a empresas com o capital 100% brasileiro (não só no mercado brasileiro, mas também no exterior), que podem fazer preços bem menores do que os oferecidos pelas multinacionais.

As empresas que estiverem aptas para dar respostas rápidas ao mercado, por meio de um trabalho integrado com o cliente e uma visão gerencial estratégica personalizada, se darão bem no futuro. Dinamismo e variedade nos serviços a serem prestados, podendo oferecer ao cliente o ciclo completo do desenvolvimento, desde a especificação até a produção, visando a orientação para projetos, torna-se essencial. Para alcançar esse objetivo, o profissional deve ser auto-ditada, curioso, criativo, flexível, ter uma visão mercadológica bastante aguçada, além de gostar de trabalhar em grupo.

Fonte: Jornal do Commercio, Rio de Janeiro, 29 maio 2006, Tecnologia & Saúde, p. A-12.