

TI não importa

Dagoberto Hajjar*

Em Maio de 2003, Nicholas Carr publicou um artigo polêmico na revista Harvard Business Review. Sob o título de “IT Doesn’t Matter” (“TI Não Importa”), o artigo foi duramente criticado pelos gigantes da indústria de TI. Hoje a teoria de Nicholas Carr é utilizada para o mapeamento das principais tendências de TI para os próximos anos, incluindo a explicação do sucesso que será o “Software As A Service” (SaaS).

A teoria diz que, à medida que o tempo passa, todos os produtos tendem a virar serviços. Vamos falar sobre dois exemplos.

O primeiro aconteceu no início do século 20. As indústrias que necessitassem de energia elétrica tinham que comprar seus próprios geradores. O tempo passou e surgiu a oferta de um serviço público chamado energia elétrica. As indústrias venderam seus geradores e passaram a adquirir o serviço.

Entre 1980 e 1985 os bancos tiveram que fazer a interligação eletrônica de suas agências e para isto tiveram que construir verdadeiras centrais de telecomunicações – maiores até mesmo do que a Telesp. O tempo passou e surgiu a oferta de um serviço público/privado de telecomunicações. Os bancos venderam suas infra-estruturas e passaram a se utilizar deste serviço.

É dentro deste contexto que SaaS será uma importante tendência para os próximos anos. SaaS é uma bela evolução tecnológica tirando a complexidade da instalação e manutenção do produto. SaaS é, também, uma excelente forma de negociação com grandes vantagens financeiras para o cliente permitindo que a compra esteja ajustada ao fluxo de caixa e que seja encarada como despesa.

Mas, mais importante do que isto, SaaS transforma o produto em infra-estrutura de TI. É como apertar um simples interruptor e acender a luz, ou como ligar um notebook wireless e estar conectado na Internet. O usuário não precisa se preocupar como a energia foi gerada ou como as ondas de Internet trafegam no ar. O cliente passará a simplesmente usar a tecnologia e os produtos SaaS sem se preocupar como eles funcionam e quem os gerencia.

Com isto o cliente terá tempo para olhar para o que realmente importa: o seu negócio. Ele poderá utilizar a tecnologia para aumentar suas vendas e sua lucratividade, aumentar a qualidade de seus produtos e diminuir o tempo de resposta ao mercado. Finalmente ele poderá utilizar a tecnologia de “maneira inteligente” e ganhar diferencial competitivo.

SaaS não é uma questão de tecnologia. É uma questão de diferencial competitivo para os negócios. E com a crise econômica batendo na nossa porta, SaaS passa a ser um critério de sobrevivência.

(*) Dagoberto Hajjar (dagoberto.hajjar@growbiz.com.br) trabalhou 10 anos no Citibank em diversas funções de tecnologia e de negócios, 2 anos no Banco ABN-AMRO, e, 9 anos na Microsoft exercendo, entre outros, as atividades de Diretor de Internet, Diretor de Marketing, e Diretor de Estratégia. Atualmente é Diretor da GrowBiz – empresa de planejamento e ações para empresas que querem crescer.