

ISVs

Mercado Latino-Americano

Dagoberto Hajjar
Diretor Presidente
dago@advancemarketing.com.br

Roberto C. Mayer
Diretor Presidente
roc Mayer@mbi.com.br

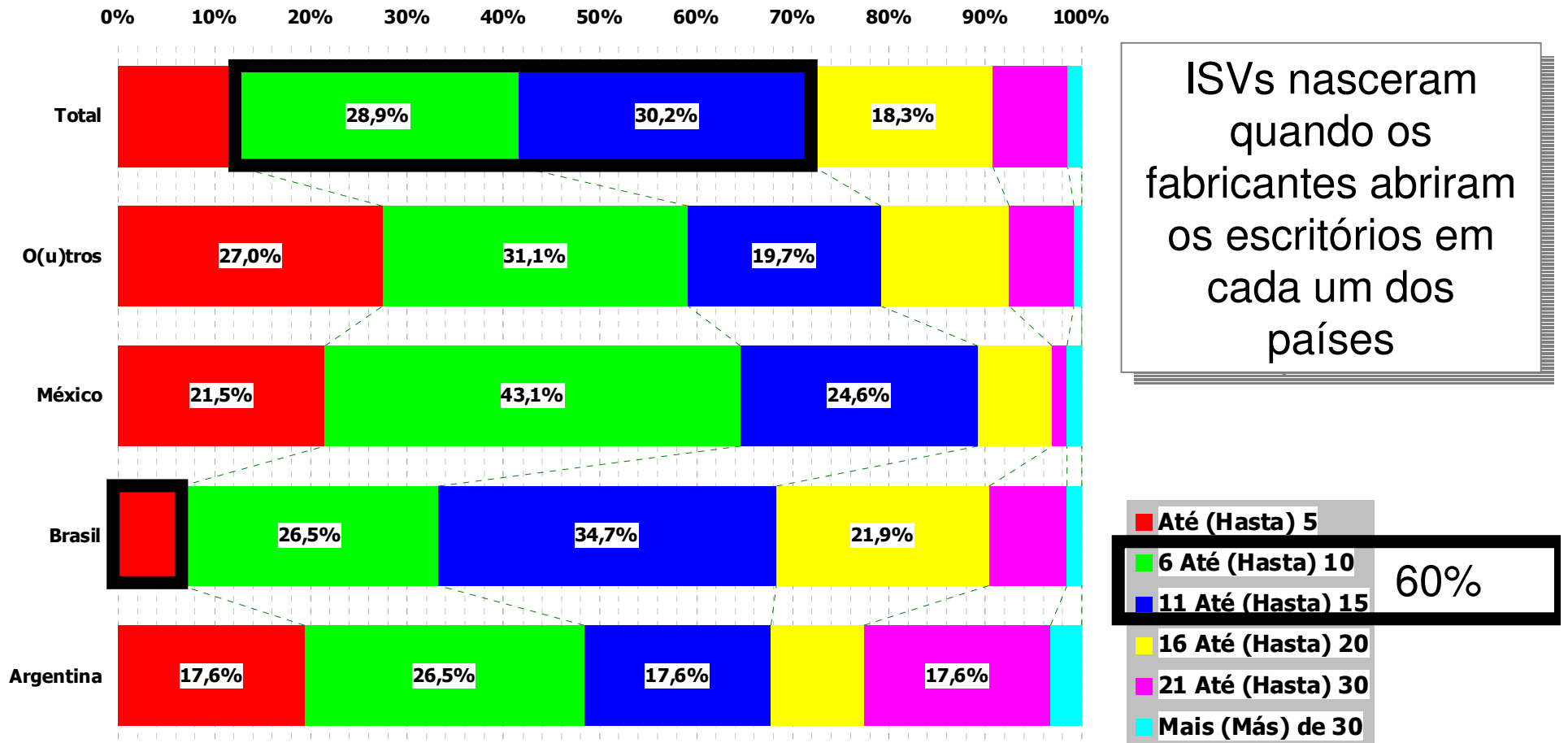
Pesquisa na América Latina

| Subregião / subregión | Amostra / Muestra | Número de empresas (estim.) | % de entrevistas |
|-----------------------|-------------------|-----------------------------|------------------|
| Brasil | 461 | 2.800 | 16,5% |
| México | 65 | 700 | 9,3% |
| Argentina | 34 | 300 | 11,3% |
| O(u)tros | 122 | 1.200 | 10,2% |
| América Latina | 682 | 5.000 | 13,6% |

E antes de começar...

Os ISVs na América Latina são MUITO diferentes em cada um dos países ...e devem ser tratados de maneira diferente...

Anos de atividade das empresas Años de actividad de las empresas



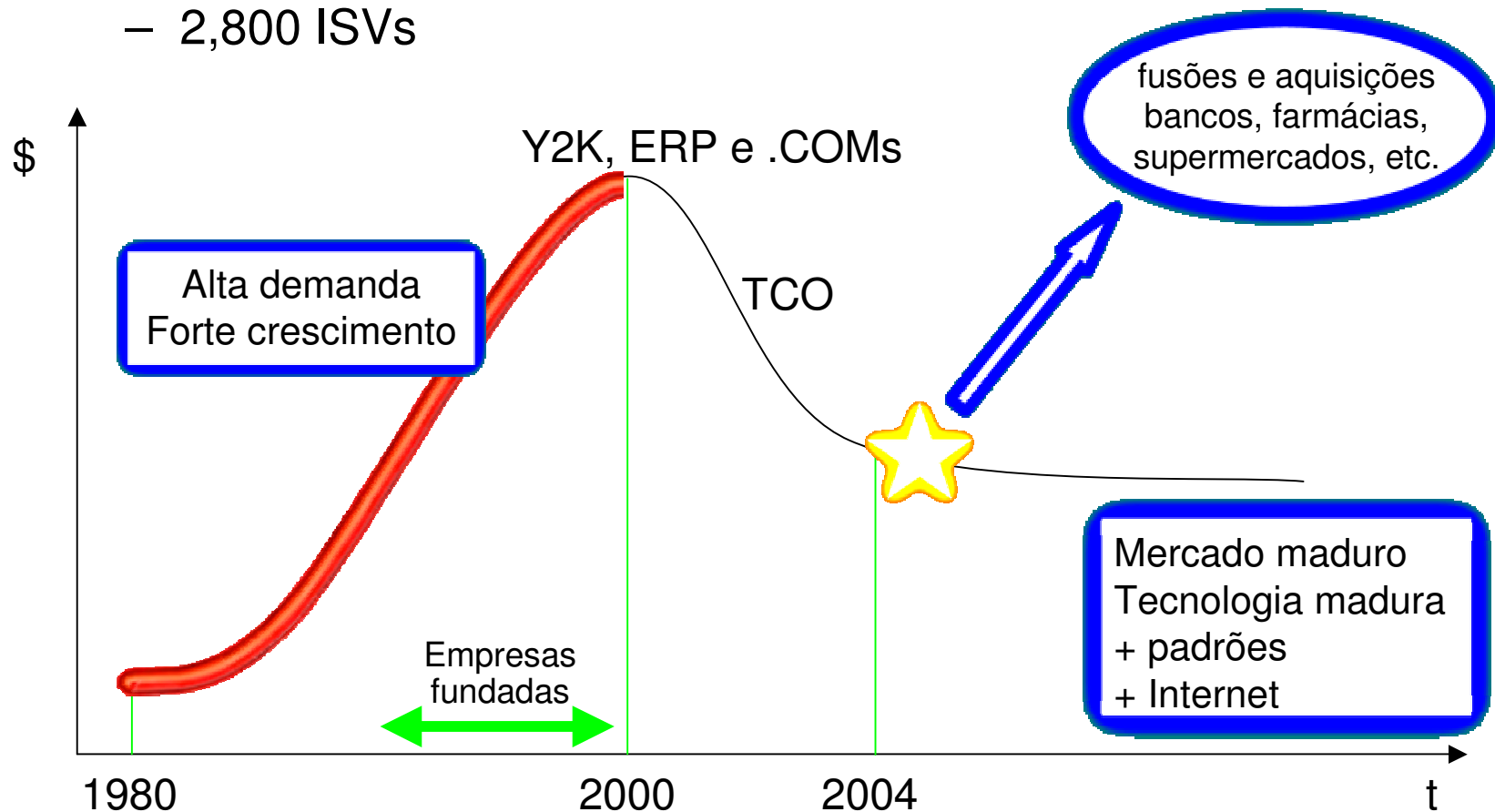
Argentina – 17,6% das empresas com mais de 21 anos

Brazil – só 6% das empresas são jovens (menos de 5 anos)

Maturidade do mercado Brasileiro de TI

✓ 24,500 empresas vendem produtos ou serviços de TI

- 3,000 com mais de 50 funcionários
- 2,800 ISVs

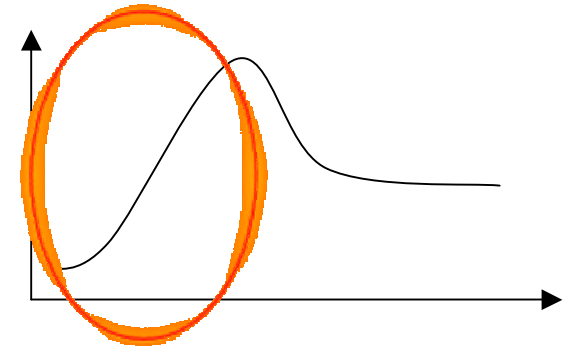


“Não é o mais forte da espécie
que sobrevive, nem mesmo o
mais inteligente,
mas aquele que se adapta
mais rapidamente”

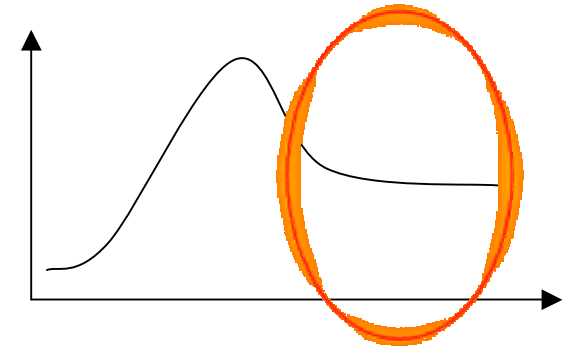
Charles Darwin

Fase 1 – Crescimento

- ✓ **Oportunidade de mercado**
 - Nascimento “em lote”
- ✓ **Velocidade “Go to market”**
 - Reagir rapidamente a demanda do mercado
 - “Fazer e entregar” o maior número possível de soluções
 - Faço qualquer produto
 - Qualquer ferramenta (Cobol e Clipper)
- ✓ **“Auto-suficiência”**
 - Auto-treinamento
 - Falta de parcerias
 - Mostrar o mínimo de competência (certificações)
- ✓ **Vendas**
 - Foco em médios/grandes clientes (“paitrocínio”)
- ✓ **Marketing**
 - Nem pensar...
- ✓ **Exportação**
 - Nem pensar...



Fase 2 – Maturidade



✓ **Qualidade comprovada**

- Certificações
- Casos de sucesso
- FOCO / conhecimento do mercado
- Atrair e reter talentos

✓ **Omitização do custo operacional**

- Excelência financeira
- Eficiência
 - Fazer “mais” com “menos”
 - Fazer MELHOR
- Acertar prazo e preço

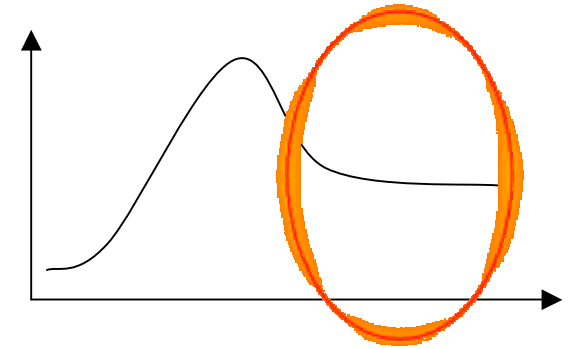
✓ **Vendas**

- Excelência na gestão do time de vendas / Fidelização dos clientes
- Foco em SMB
- Contratos de risco / revenue sharing

✓ **Marketing**

- Inteligência e estratégia (produtos, mercado-alvo, concorrência, canais de distribuição, etc.) & grande integração com vendas

Fase 2 – Maturidade

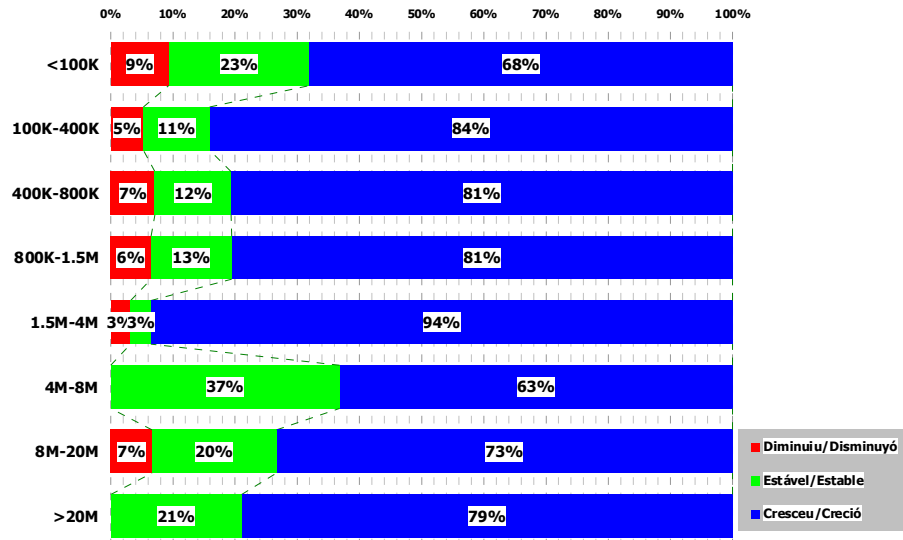


Competição
Os maiores ficarão maiores
e os menores...

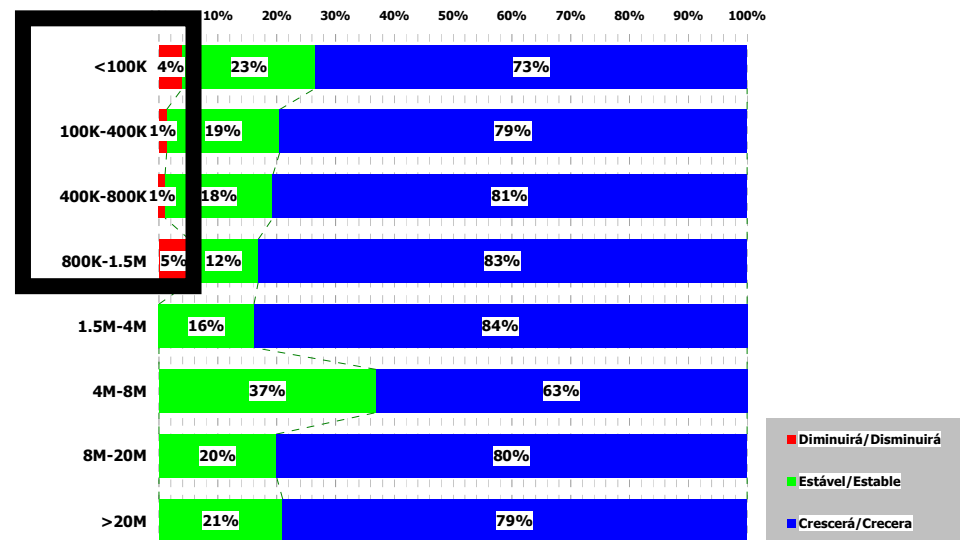
Você já ouviu falar da
Índia ou Israel???

Necessidade de Investimentos

Variação do faturamento



2003 vs 2002

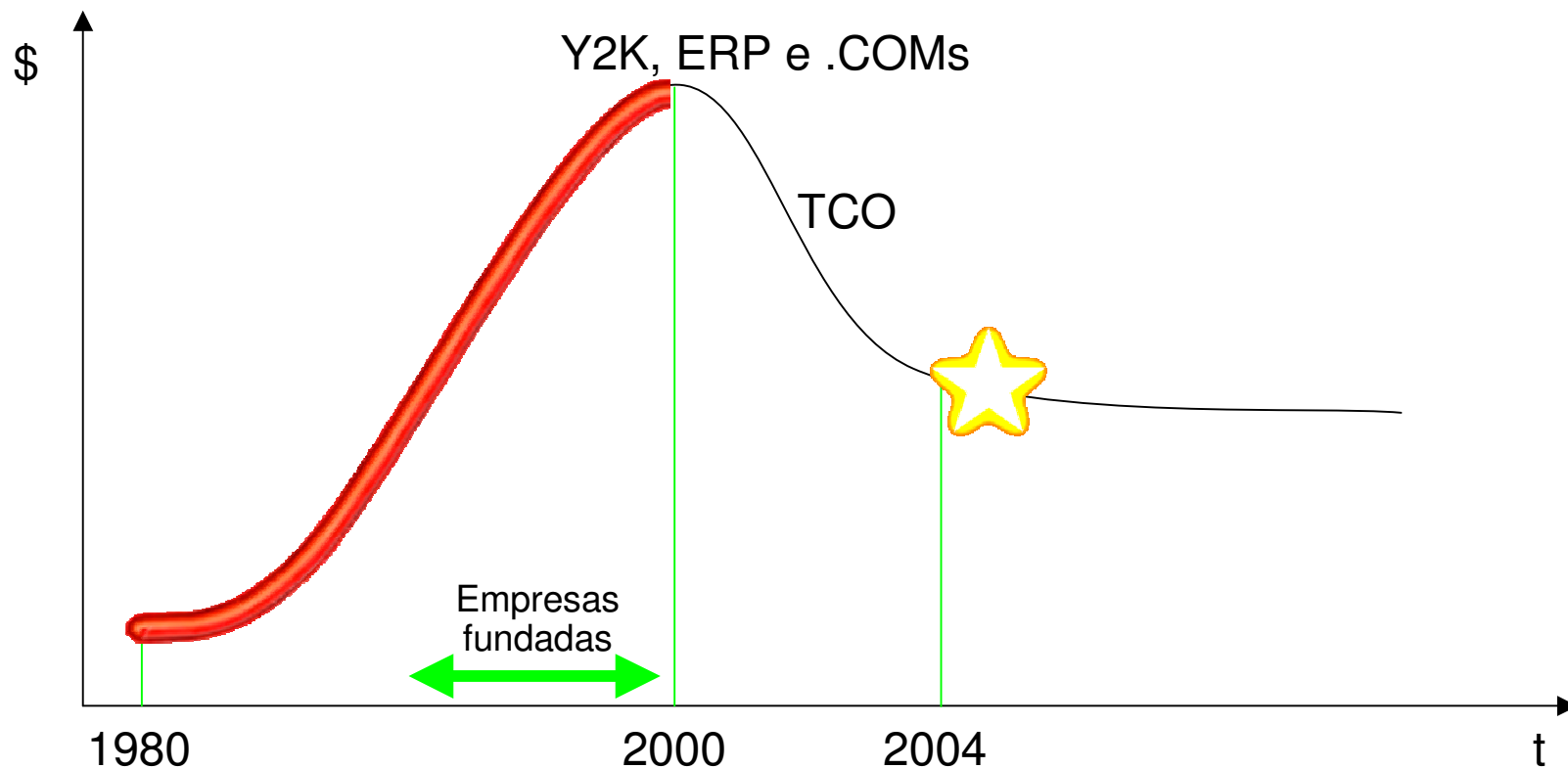


2004 vs 2003

**Os ISVs maiores estão crescendo
Os menores estão sumindo...**

Pior erro...

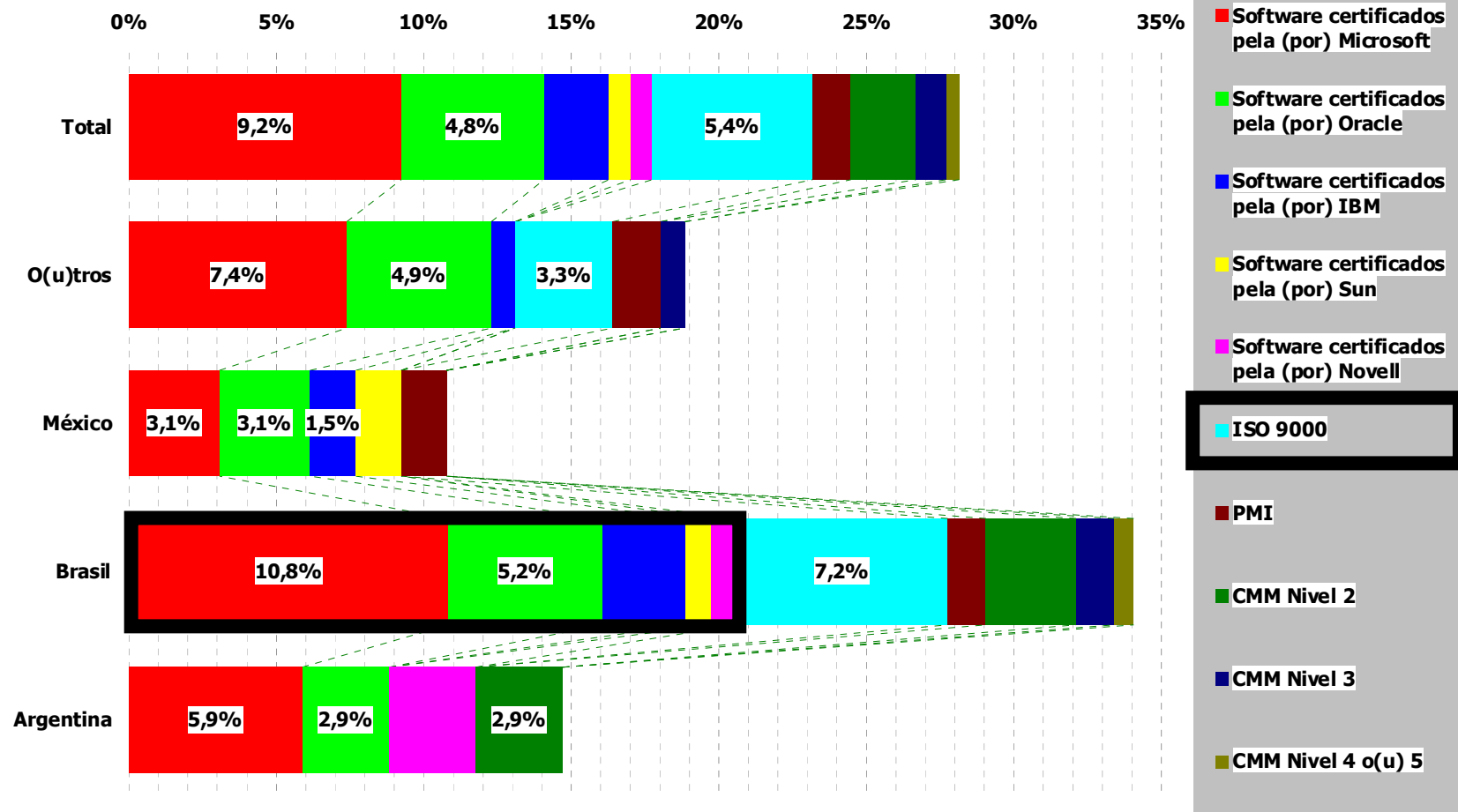
Gerenciar seu negócio como se estivesse na “Fase #1”



Alta Qualidade

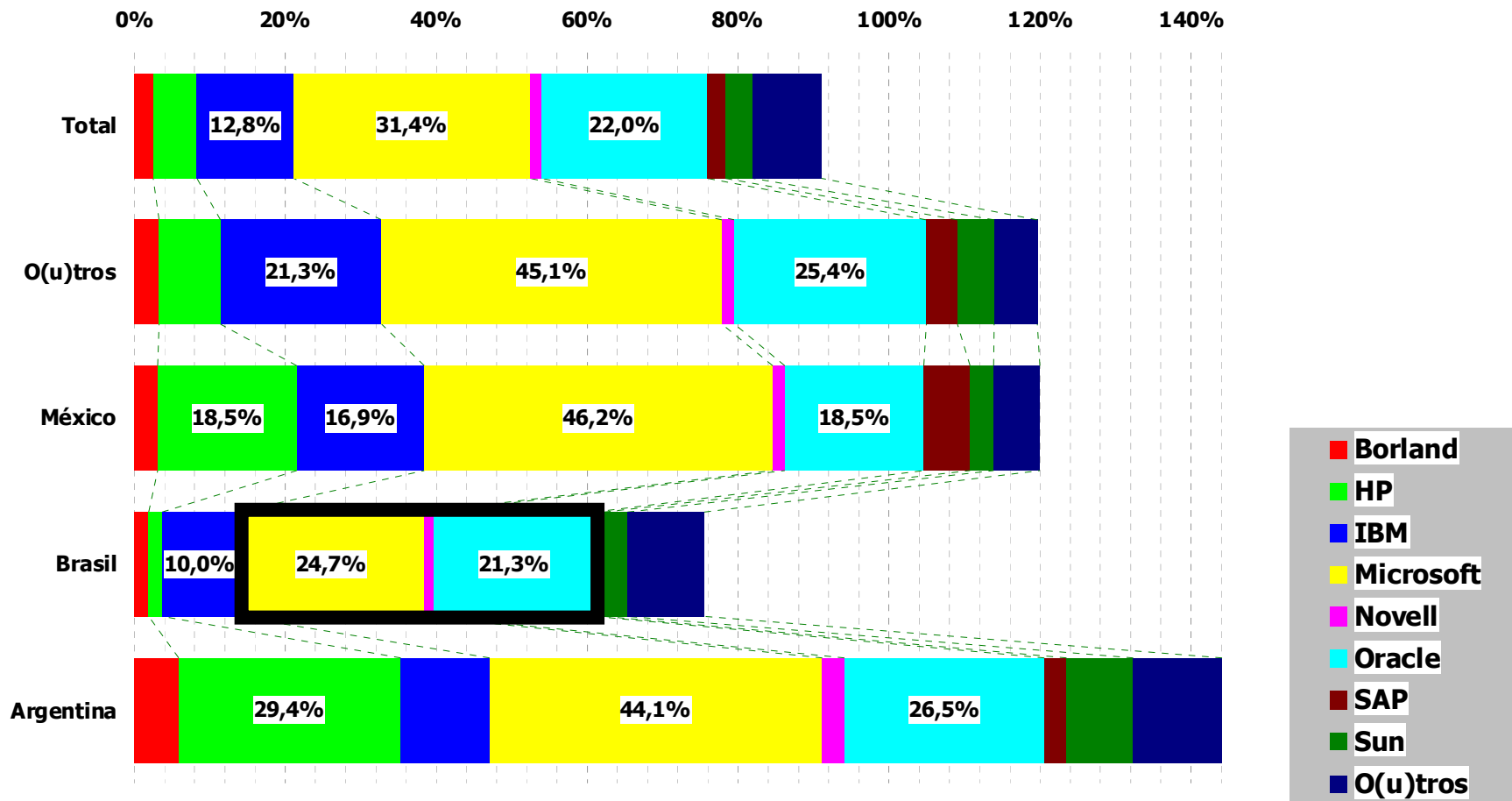
Novas Demandas dos Clientes

Certificações de produtos de software e das empresas



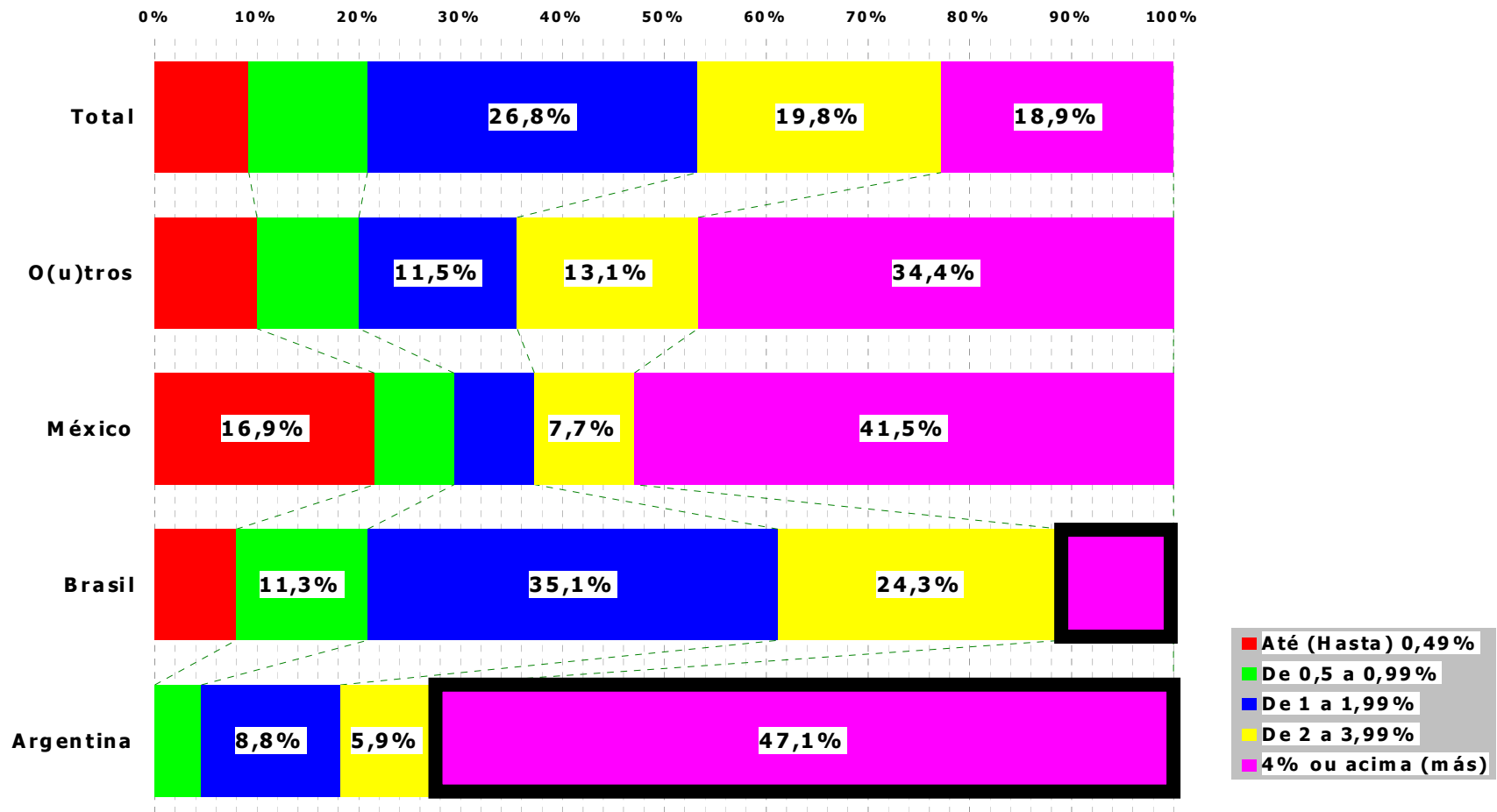
Os clientes no Brasil demandam "qualidade" (certificação)

Alianças formais com empresas multinacionais



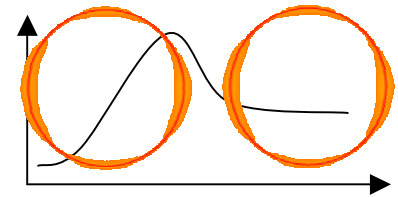
Os ISVs no Brasil acham que podem fazer tudo sozinhos

Despesas de treinamento profissional como porcentagem do faturamento



Argentina – se preparando para forte crescimento
Brasil – muita oferta no mercado

FOCO



| Segmento | <100 | 100-400K | 400K-800K | 800K-1.5M | 1.5M-4M | 4M-8M | 8M-20M | >20M | Total |
|--|------|----------|-----------|-----------|---------|-------|--------|------|-------|
| CRM | 27 | 44 | 28 | 30 | 11 | 6 | 8 | 10 | 164 |
| ERP Corporativo | 19 | 50 | 32 | 30 | 9 | 10 | 5 | 8 | 163 |
| Gerenciamento e (y) Operação(ción) de Sistemas | 21 | 34 | 27 | 20 | 11 | 6 | 6 | 7 | 132 |
| ERP de (para) Médio (medias) Porte (empresas) | 13 | 29 | 29 | 28 | 3 | 6 | 1 | 6 | 115 |
| BI/DW | 17 | 20 | 13 | 18 | 8 | 7 | 5 | 10 | 98 |
| Comércio Ele(c)trônico | 15 | 28 | 15 | 22 | 10 | 4 | 1 | 2 | 97 |
| Ferramentas (Herramientas) de Software | 19 | 12 | 11 | 16 | 3 | 2 | 3 | 4 | 70 |
| Gerência do (del) Conhecimento (Conocimiento) | 7 | 13 | 11 | 17 | 3 | 2 | 5 | 6 | 64 |
| Infraestr(u)tura | 9 | 9 | 10 | 10 | 2 | 2 | 5 | 4 | 51 |
| Segurança (Seguridad) | 9 | 12 | 9 | 9 | 2 | 2 | 2 | 4 | 49 |
| Publicação(ción) de Informação(ción) | 8 | 8 | 14 | 9 | 1 | 2 | 2 | 2 | 46 |
| Cadeia (Cadena) de Fornecedores (Provedores) | 7 | 4 | 6 | 9 | 2 | 3 | 1 | 2 | 34 |
| O(u)tros | | | | | | 1 | | | 8 |
| Total | 172 | 265 | 209 | 218 | 65 | 53 | 44 | 65 | 1026 |
| Média (Promedio) | 2,3 | 1,8 | 2,1 | 2,8 | 2,1 | 2,8 | 2,9 | 3,4 | |

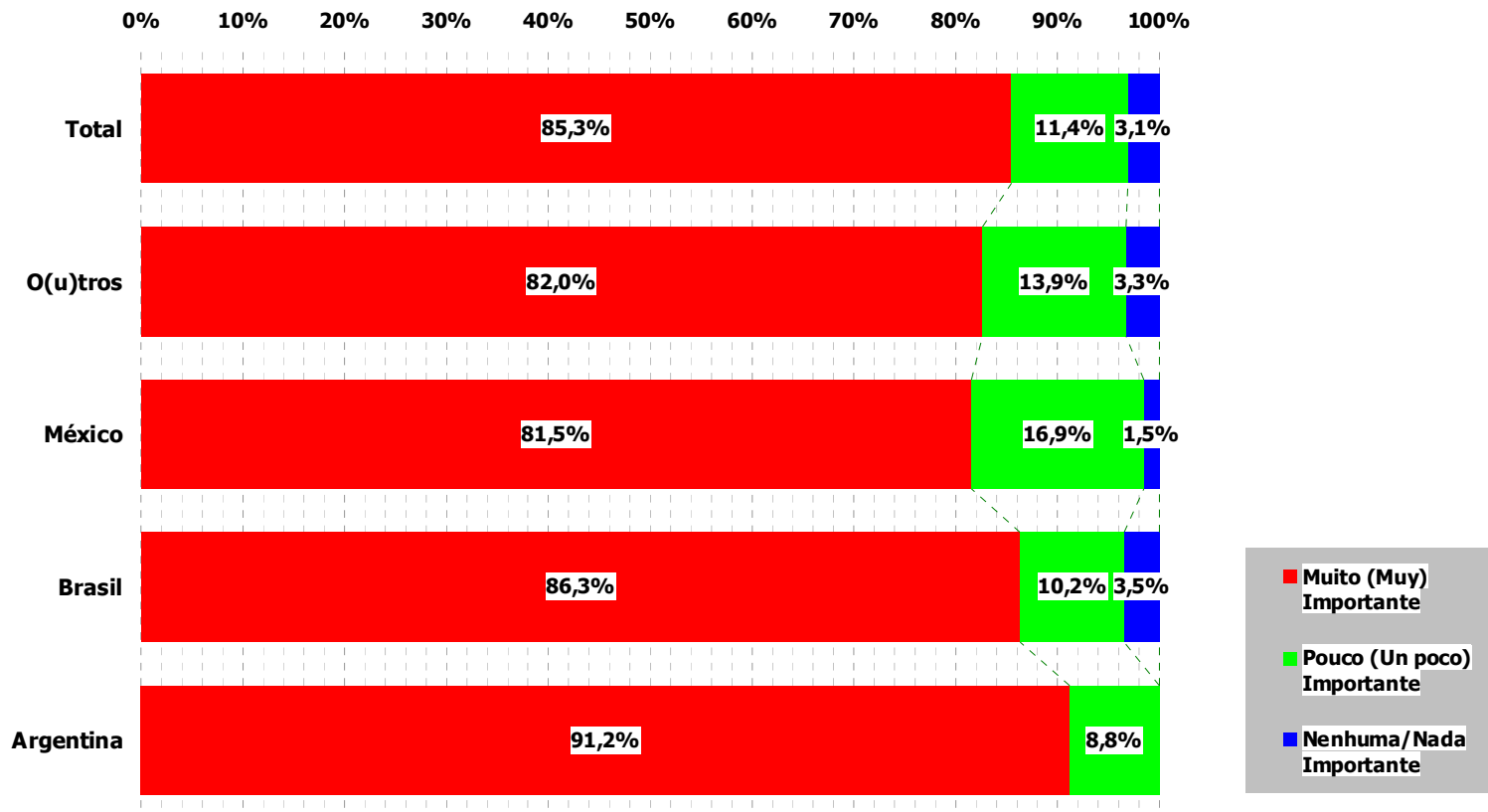
✓ “Eu posso fazer o que o cliente quiser”

Você precisa conhecer os negócios dos seus clientes
Você precisa FALAR negócios, mesmo sendo pequeno

Canal de Vendas e Distribuição

Chave para o Sucesso

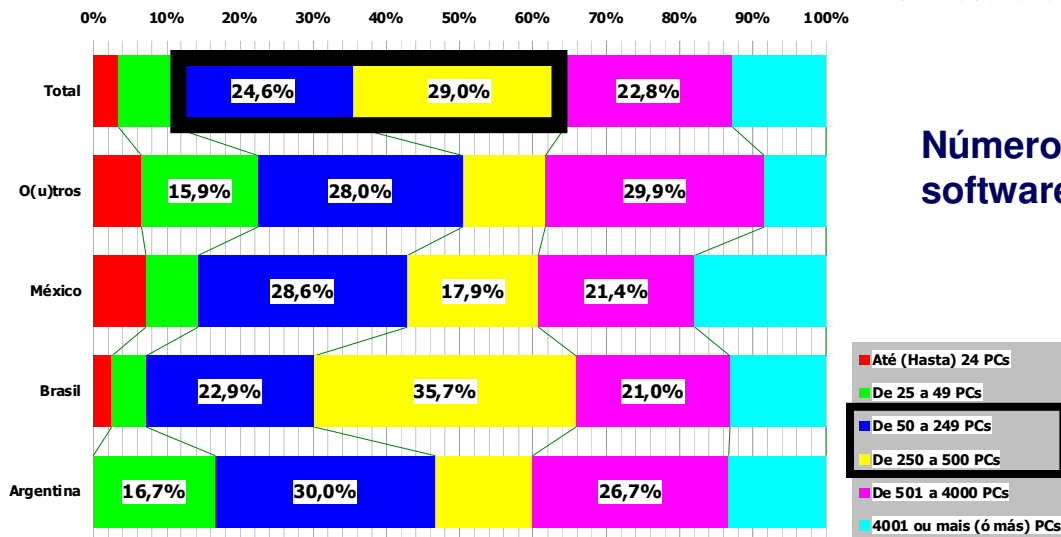
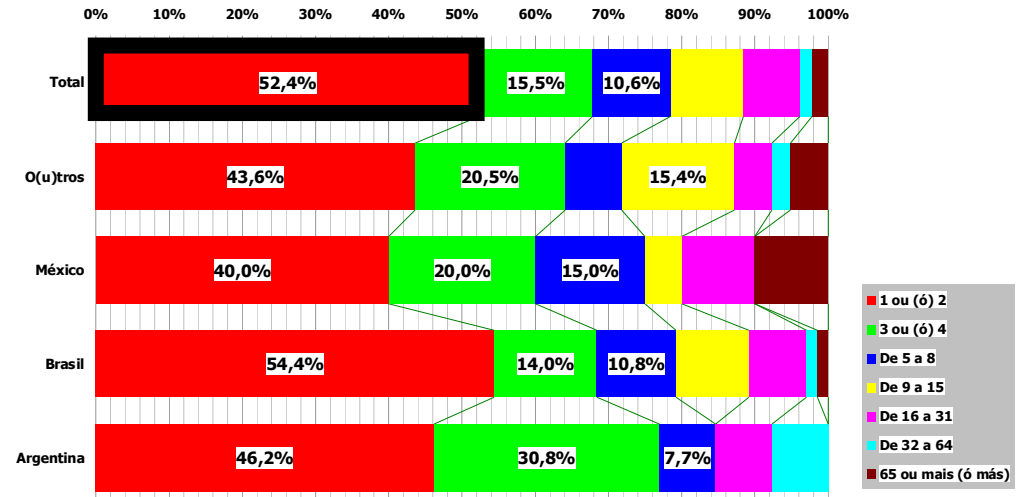
Importância da implementação de sw



Necessidade de canal de vendas!!!

**Os ISVs tem um “padrinho” e...
Eles não vendem produtos mas sim, serviços**

Quantidade de clientes corporativos por empresa de software

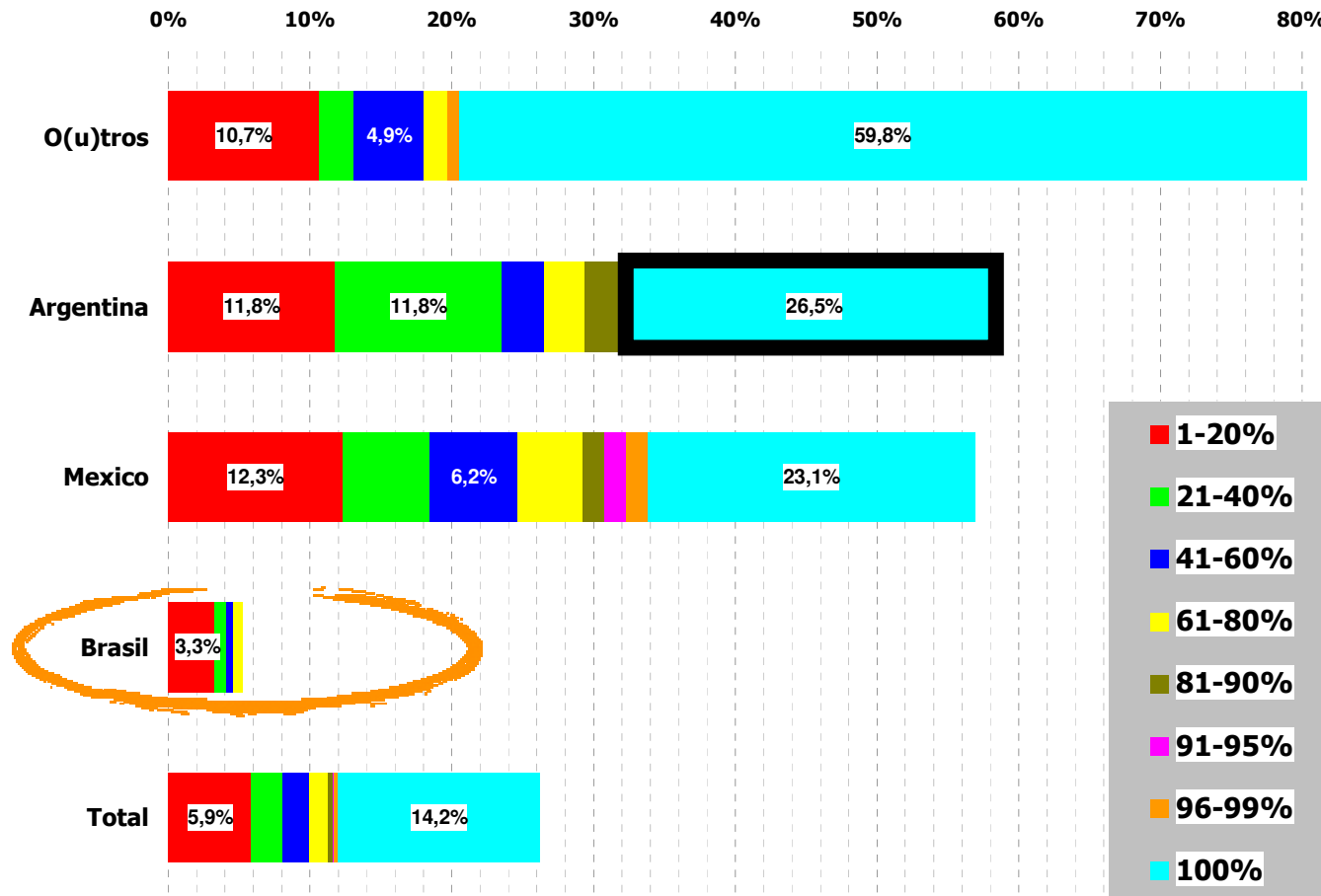


Número de PCs do maior cliente das empresas de software

O GRANDE DESAFIO

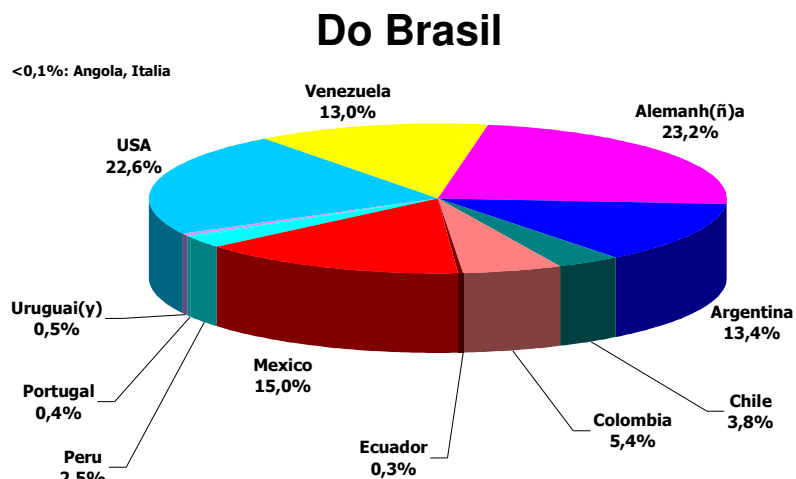
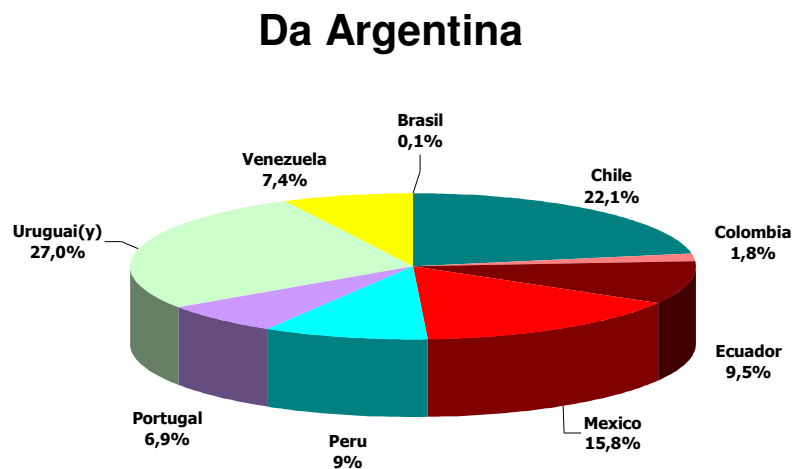
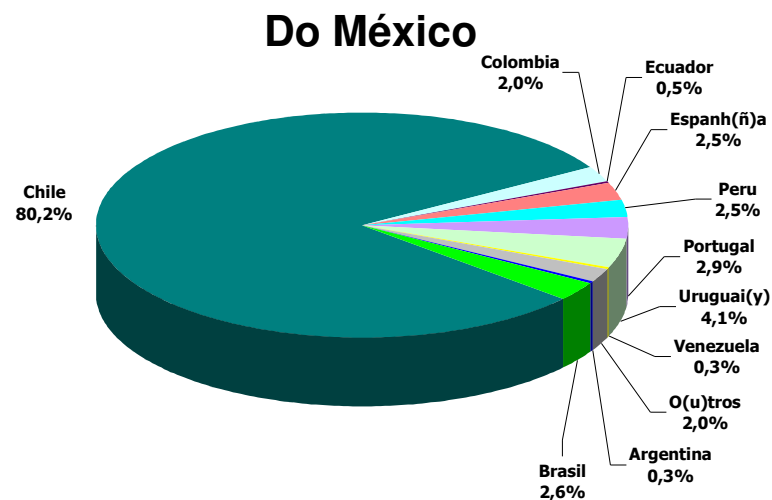
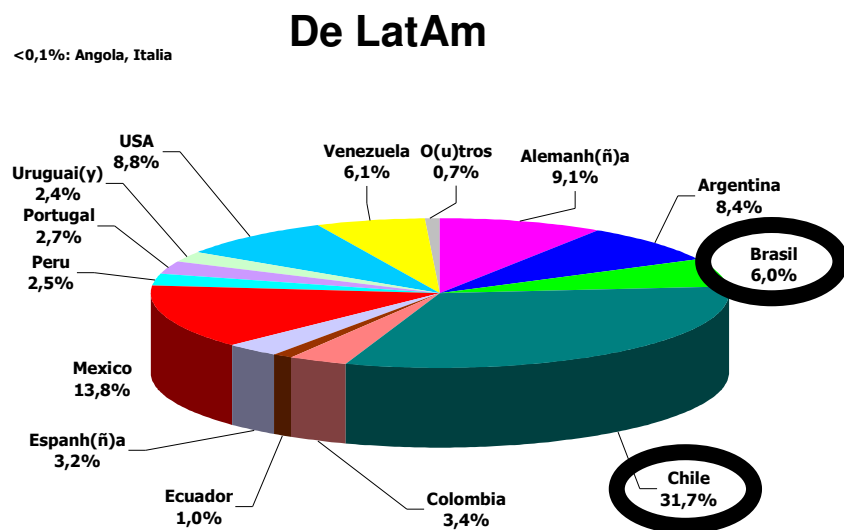
Gerenciar seu negócio

Exportação de software LatAm



Empresas que exportam são, em média, 4 vezes maiores
Exportar significa...estar bem estruturado para atender o mercado

Quem exporta para quem...



E as revendas?

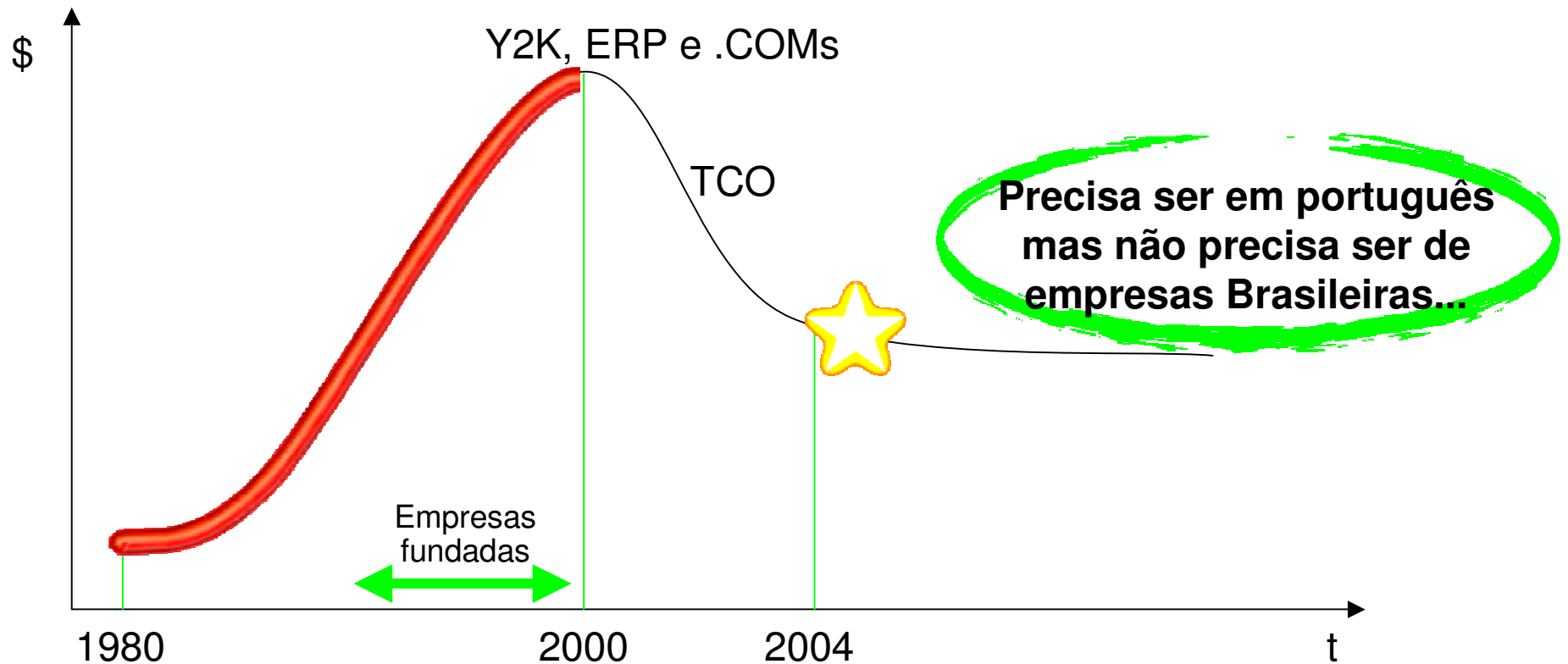
O que vai acontecer com elas?

Revendas de produtos

Estão procurando aumentar o leque de ofertas

Vender mais para os mesmos clientes

Vender “soluções”



Para VENCER a guerra...

✓ **Obrigatório para sobrevivência**

- PRODUTO, PRODUTO, PRODUTO
- Profissionalização
 - Administração, Marketing, Vendas, Operações e RH
 - FOCO
- Desenvolver cada vez mais rápido
- Conhecimento dos negócios dos clientes
- Qualidade
- Diferencial

✓ **Começar a se preparar**

- Desenvolvimento de canal
 - Exportação
- 