



**Resultados de
Pesquisa sobre
"Tendências Tecnológicas"**



Apresentação

Esta pesquisa sobre Tendências Tecnológicas, teve como público-alvo profissionais de TI que atuam em grandes e médias empresas usuárias de TI e/ou em empresas do próprio setor de Tecnologia da Informação, todos atuando no Brasil.

A análise a seguir apresenta os dados consolidados a partir das respostas de 189 participantes da pesquisa.

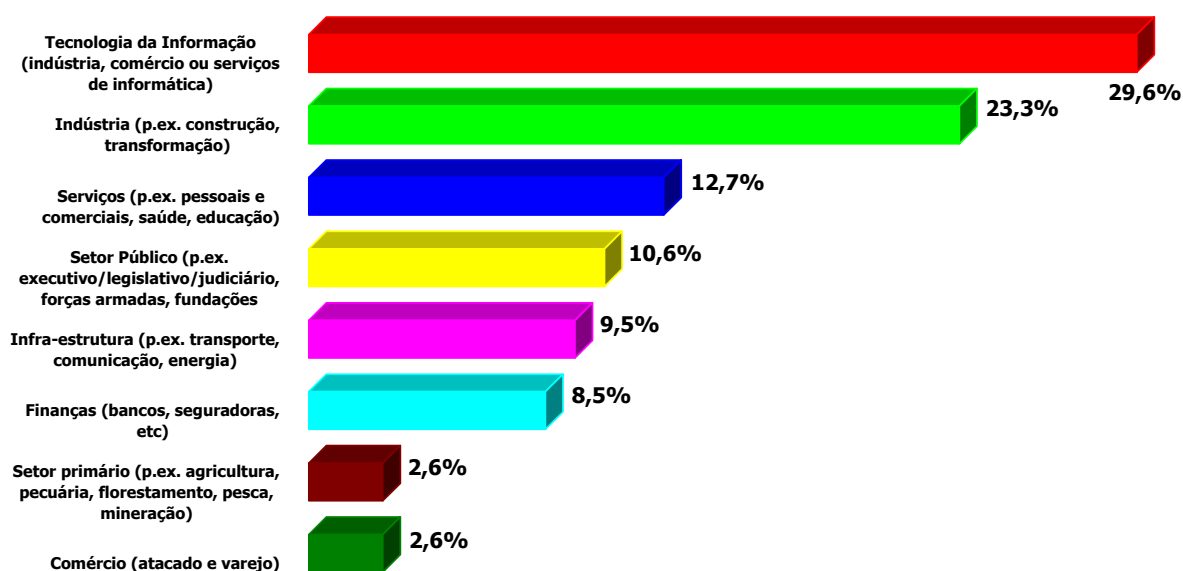
As questões propostas nesta pesquisa tiveram como objetivo avaliar até que ponto algumas novas tecnologias já estão em uso ou entrarão em uso no mercado.

Resultados

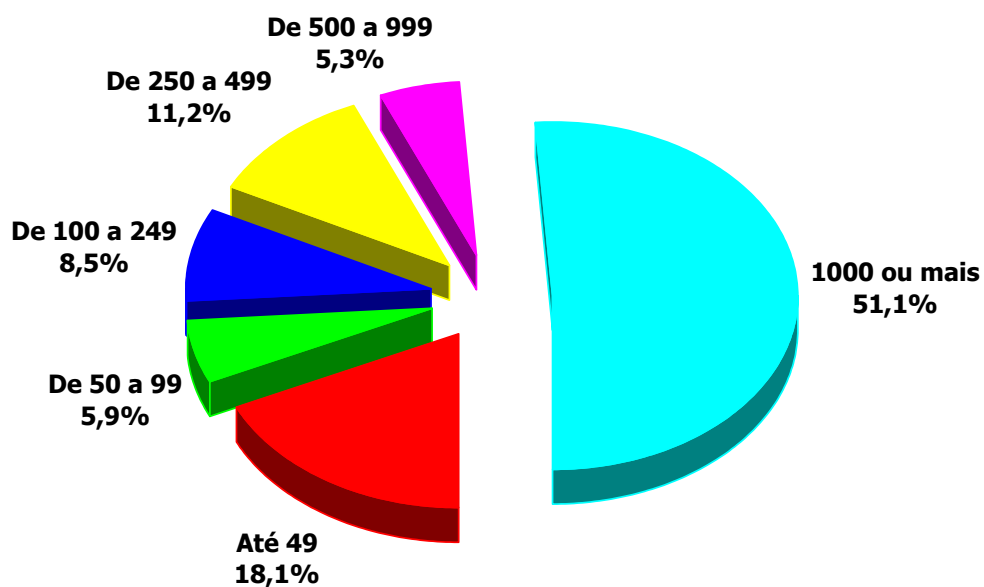
Caracterização das Empresas Participantes

Setor de Atividade

As empresas participantes estão distribuídas pela economia da forma apresentada na figura: aproximadamente um terço das empresas são do setor de TI, enquanto as demais se distribuem por toda a economia. As atividades do setor primário e do comércio são as que possuem menos participação (em função de seu grau médio de informatização ser mais baixo).



Quantidade de Colaboradores



Outra forma de caracterizar as empresas é pelo seu número total de colaboradores.

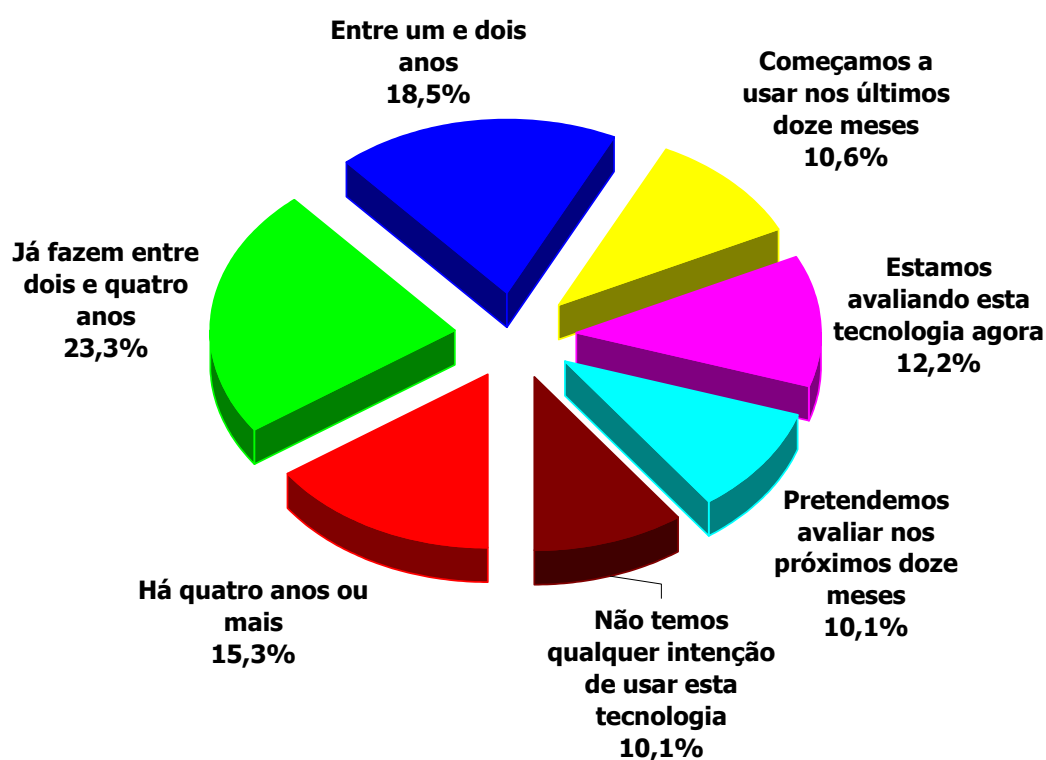
A Figura revela uma forte concentração em empresas de maior porte, consequência do fato que as empresas menores, em geral, empregam um número menor de profissionais de TI (e portanto foram convidadas em menor quantidade a participar da pesquisa).

Virtualização de Servidores

A primeira tecnologia avaliada nesta pesquisa foi a virtualização de servidores.

Tempo de Uso

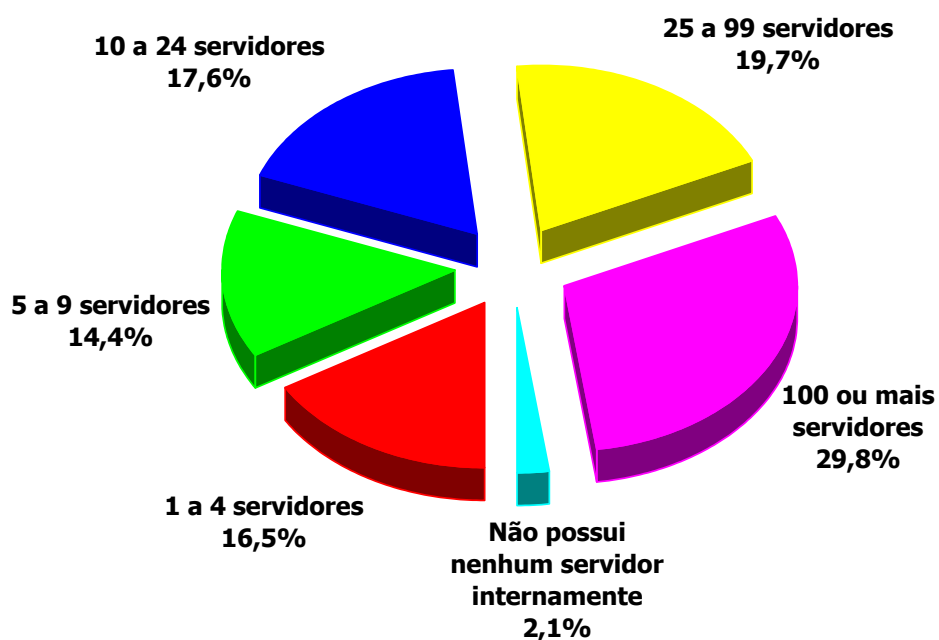
Embora esta tecnologia esteja disponível já há bastante tempo, quando perguntamos sobre o tempo de uso desta tecnologia, obtivemos estes resultados:



Os resultados obtidos indicam que mais da metade das empresas já utilizam esta tecnologia há mais de um ano. Apenas 10% das empresas optaram por não implementar a virtualização de servidores.

Quantidade de Servidores

Dado o perfil das empresas, é razoável supor que o parque de servidores destas empresas seja, em geral, bastante significativo. Este fato foi confirmado pelos resultados obtidos:



Benefícios

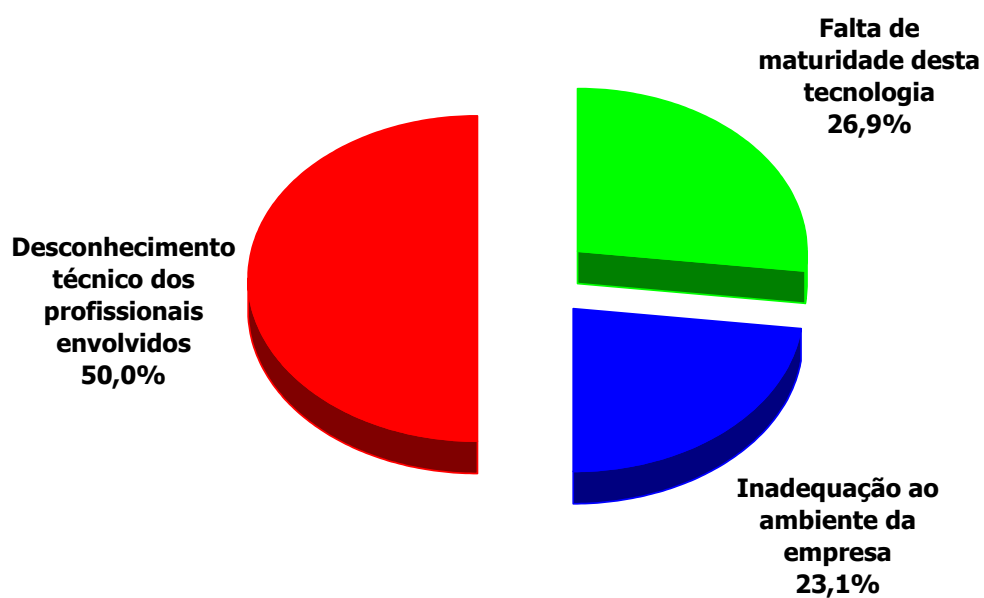
A seguir, inquirimos sobre os benefícios enxergados pelos profissionais, gerados pela utilização da tecnologia de virtualização de servidores:



Para pouco mais da metade dos profissionais ouvidos, o principal benefício consiste na redução dos gastos de compra e manutenção de equipamentos, superando as vantagens obtidas na simplificação da administração dos equipamentos.

Dificuldades

Finalmente, ao perguntarmos sobre as dificuldades com a virtualização de servidores:



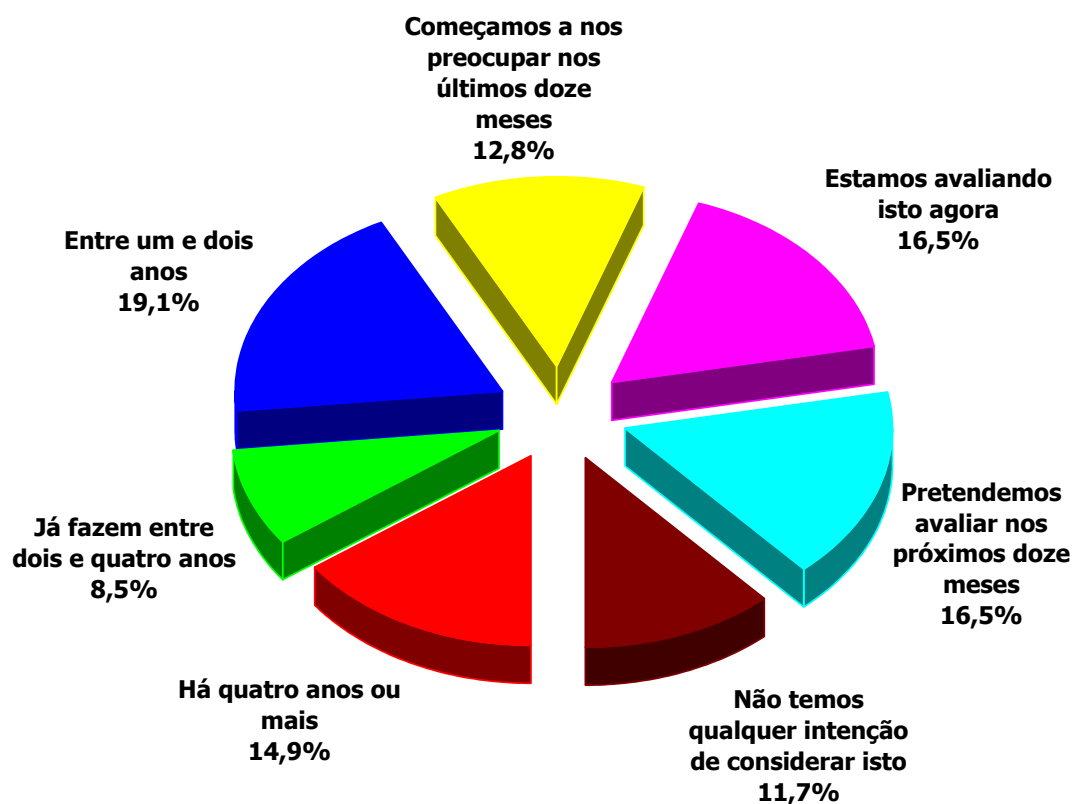
Observamos que em metade dos casos os profissionais consideram que ainda não há conhecimento técnico suficiente nas empresas.

TI Verde

Outra tendência tecnológica avalida é a “TI Verde”, nome usado para a preocupação com os impactos do uso da TI sobre o meio ambiente.

Tempo de Preocupação

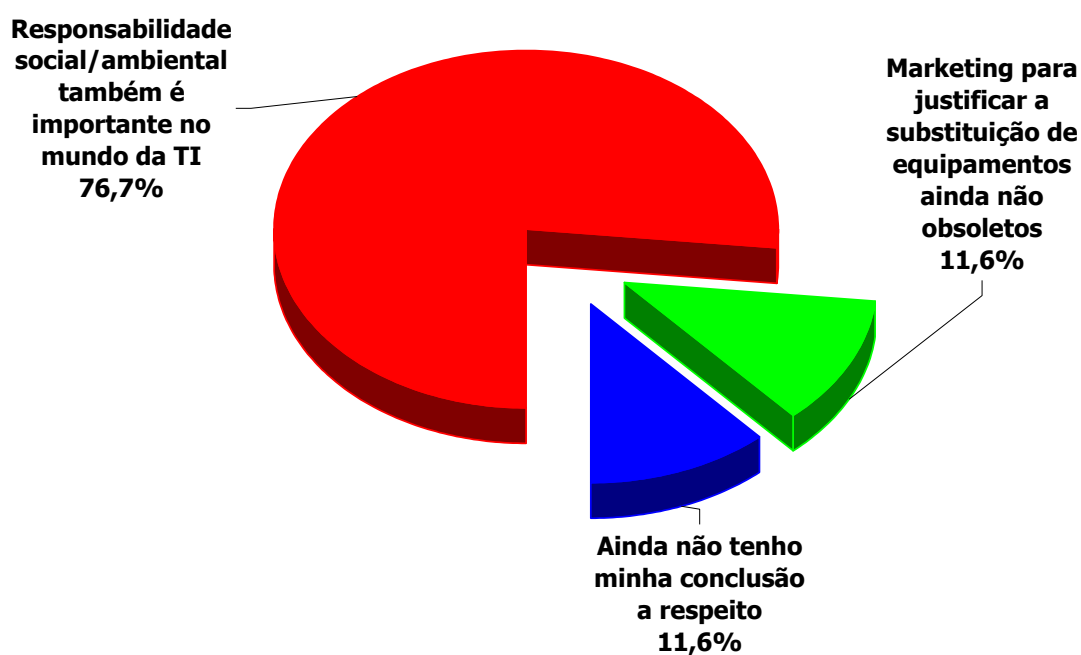
Iniciamos perguntando sobre há quanto tempo as empresas se preocupam com a questão:



Os resultados obtidos indicam que cerca de 40% das empresas se preocupam com a questão há mais de um ano. Outro terço está em processo de avaliação, ou pretende estar dentro dos próximos doze meses.

Motivações

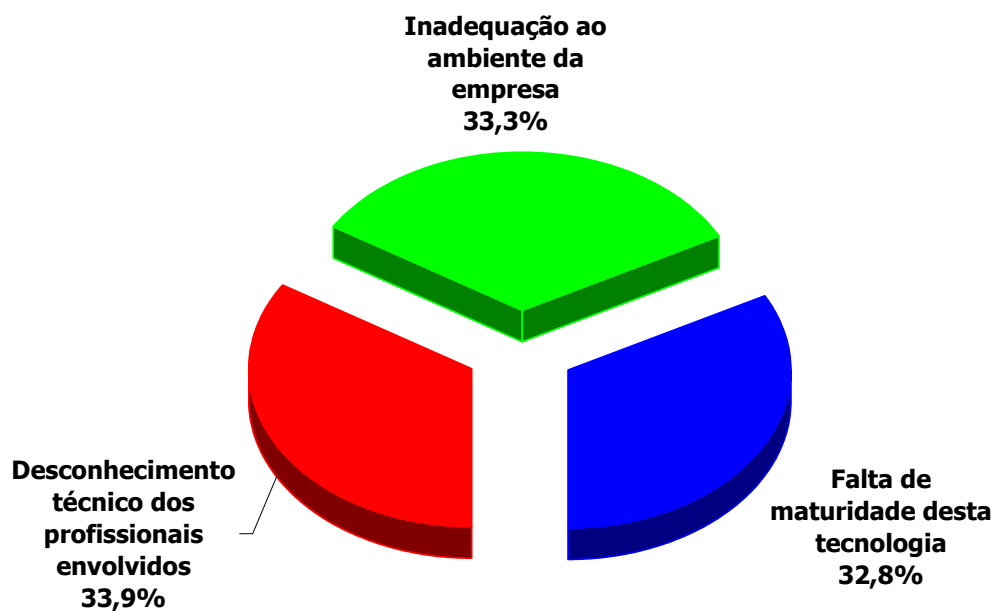
Para avaliar o conceito de TI Verde, perguntamos aos profissionais sobre o que esta tendência representa:



O resultado revela que mais de três quartos dos profissionais ouvidos acreditam que a TI Verde representa a aplicação da responsabilidade social ou ambiental no mundo da TI. Apenas 11% acreditam se tratar de uma estratégia de marketing dos fornecedores, para forçar a substituição de equipamentos que ainda não são obsoletos.

Dificuldades

Para concluir a avaliação da TI Verde, questionamos sobre as dificuldades na adoção desta tendência:



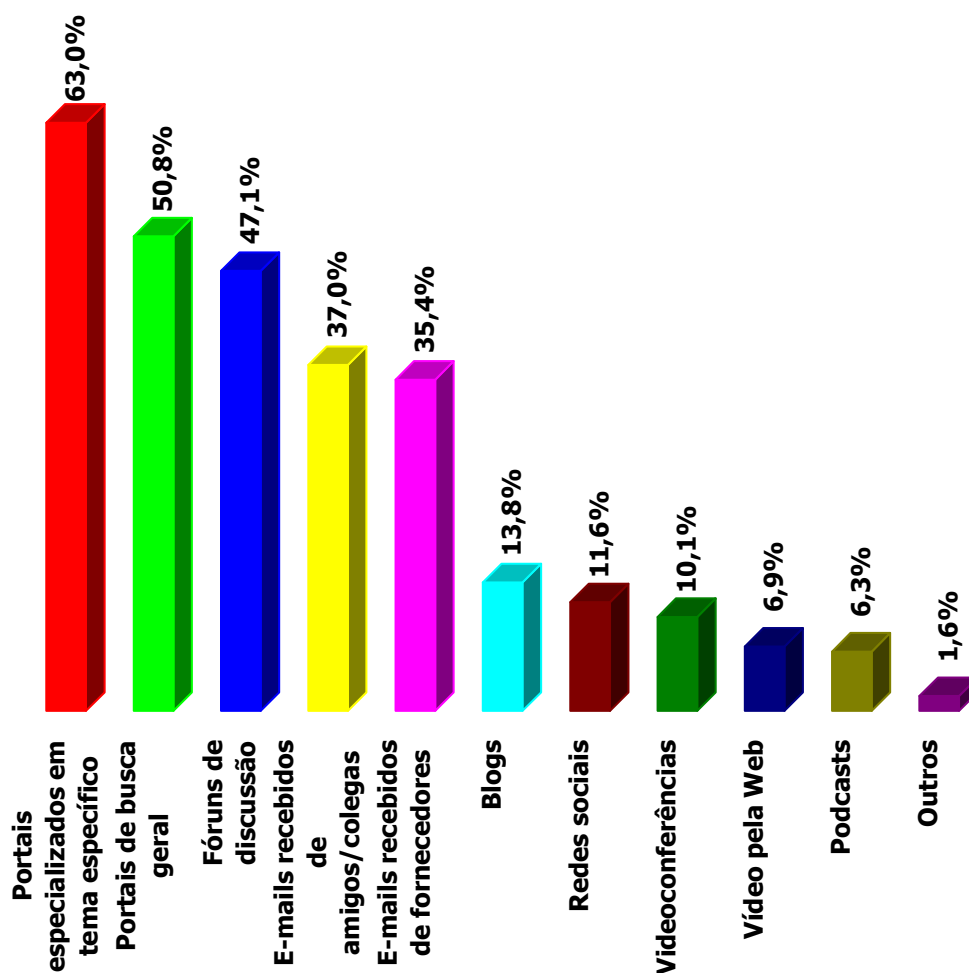
Neste caso as opiniões se dividem de forma praticamente igual entre o desconhecimento técnico, dificuldades internas das empresas e a falta de maturidade da tecnologia. Este resultado indica que esta tecnologia, é em comparação com as outras avaliadas, a que gera a maior polémica na sua avaliação.

Marketing pela Internet

O uso da Internet como ferramenta de marketing é cada vez mais frequente

Influência sobre as compras

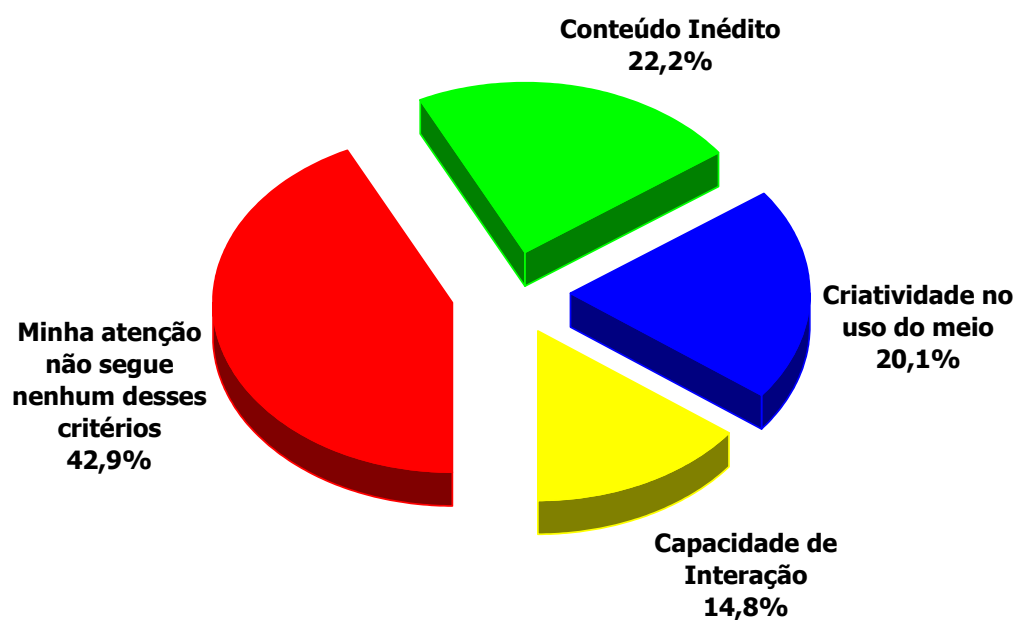
Perguntamos aos profissionais sobre quais são os três principais meios de comunicação que afetam suas decisões de compras no mundo virtual:



Cada profissional teve a opção de indicar até três meios de comunicação. Os mais citados foram, respectivamente, os portais especializados e os portais de busca em geral, seguidos pelos fóruns de discussão. Os meios de comunicação da Web 2.0, como redes sociais, vídeo e podcasts aparecem com percentuais muito menores de citações.

Mensagens que cativam a atenção

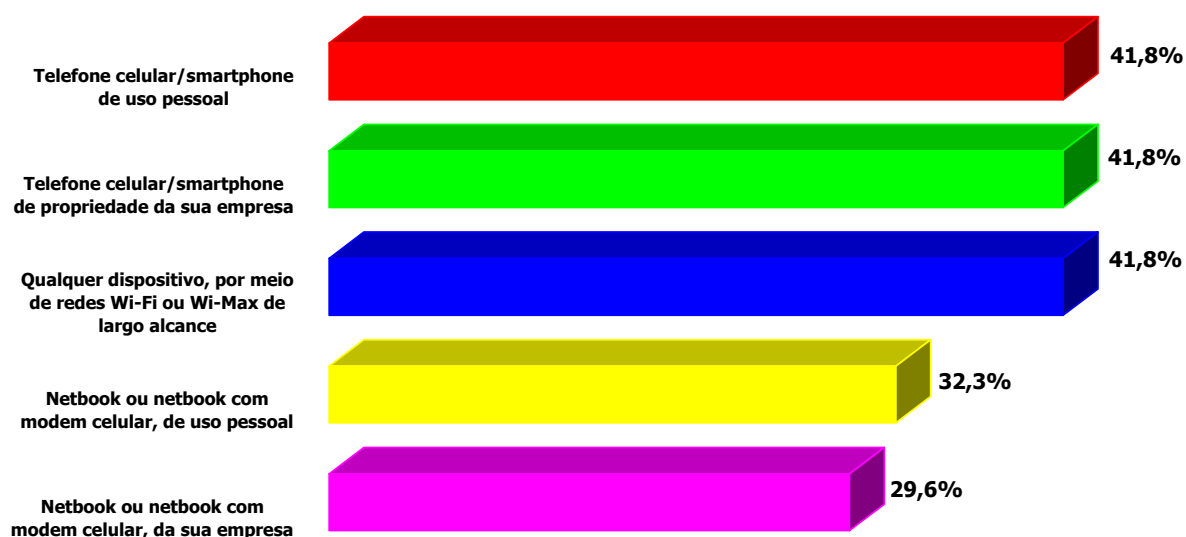
Outro aspecto avaliado, referente ao marketing na Internet, visou avaliar qual a componente das mensagens que mais cativa a atenção:



Dentre os fatores relacionados, o maior percentual de indicações ficou para o ineditismo do conteúdo das mensagens. Entretanto, quase o dobro dos profissionais preferiram dizer que não seguem nenhum dos critérios apresentados! Uma turma realmente difícil...

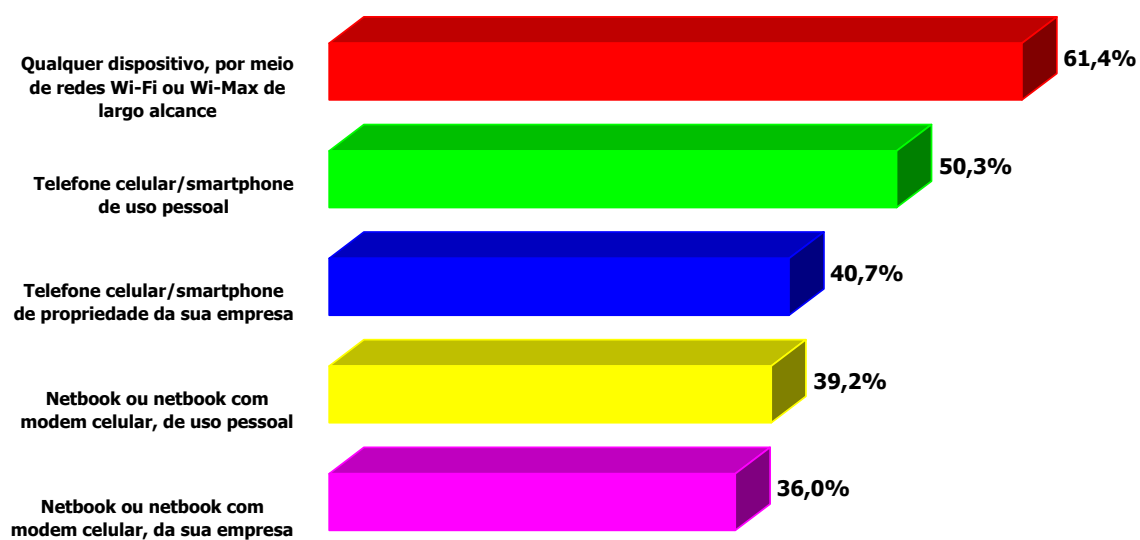
Internet Móvel

A última tendência avaliada diz respeito ao uso da Internet móvel. Inicialmente perguntamos sobre o uso atual da internet a partir de dispositivos móveis:



Observamos que o uso de telefones celulares, sejam de uso pessoal ou corporativo, são o meio mais comum de acesso à Internet móvel.

Quando repetimos a mesma pergunta, mas apontando para o uso num futuro estimado dentro de dois anos, observamos que o uso de redes Wi-Fi ou Wi-Max de longo alcance atingem o primeiro lugar no ranking:





Conclusões

Os resultados da pesquisa revelam que as tendências tecnológicas avaliadas já fazem parte da rotina de uma parte significativa dos profissionais entrevistados. Entretanto, sua visão é bastante crítica, quando observamos os resultados coletados em relação às dificuldades encontradas.

Desta forma, podemos afirmar que o desafio dos fornecedores é disponibilizar produtos que entreguem as vantagens prometidas, com menos dificuldades, seja do ponto de vista da formação dos profissionais que vão operar os produtos, seja pela questão cultural dentro das empresas.