

Este documento faz parte do material que compõe o livro:

Planejamento, Programação e Controle da Produção
MRP II / ERP: Conceitos, Uso e Implantação

Henrique L. Corrêa, Irineu G. N. Giansi, Mauro Caon
Editora Atlas – 4^a edição – 2001
ISBN 85-224-2502-7

Este e outros documentos associados ao livro estão disponíveis em:

<http://www.salaviva.com.br/livro/ppcp>

Soluções de gestão integrada ERP: por que os preços estão caindo?

Henrique Luiz Corrêa, PhD, CPIM

Professor da EAESP FGV-SP e Consultor da Corrêa & Associados

(<http://www.correa.com.br>)

Uma análise do mercado de sistemas integrados de gestão ERP em anos recentes permite duas constatações, que são, na verdade, dependentes entre si: em primeiro lugar, que as soluções estão se tornando cada vez mais parecidas umas com as outras; em segundo, que os preços estão caindo rapidamente.

As constatações são dependentes porque, em qualquer mercado competitivo, uma vez que os produtos se tornam mais parecidos, menor nível de diferenciação passa a ser percebido pelo mercado consumidor e portanto menos se pode cobrar *premium prices* por esta diferenciação. Os produtos tornam-se mais *commoditizados*, situação que favorece a concorrência em preço e, conseqüentemente, a redução dos preços.

A razão que faz com que as soluções de sistemas de gestão integrada ERP tenham-se tornado gradualmente mais parecidas umas com as outras pode ser explicada pelo caminho evolutivo pelo qual passaram. Descendentes diretos dos sistemas MRP e MRPII dos anos 70 e 80, os ERPs de hoje são na verdade o resultado de um processo evolutivo de mais de três décadas. A evolução aconteceu na forma de uma longa seqüência de novas versões e novos sistemas que, tomados em seu conjunto, *gradualmente* aperfeiçoaram uma estrutura básica comum, de domínio público e conhecida há muito tempo. Este mecanismo evolutivo pode ser ilustrado com um exemplo no nível micro: imagine um determinado fornecedor de *software* que apresenta ao mercado uma nova versão de seu sistema com uma inovação que o mercado aceita bem. A tendência é que seus concorrentes, o mais rapidamente possível, incluam também, em suas próximas versões, a inovação de sucesso. Observe isso ocorrendo generalizadamente com dezenas de fornecedores e por um longo tempo e o resultado será a convergência das soluções para o que se chama de um *design dominante*¹, uma estrutura básica cada vez mais similar de todas as soluções. Observe o que ocorre com as planilhas de cálculo e com os editores de texto. Todos são hoje muito parecidos entre si porque este fenômeno aconteceu com eles. O mesmo ocorre com os sistemas integrados ERP.

Gradualmente têm convergido para um *design dominante*, o que faz com que seus preços encontrem-se em queda.

Além disso, um outro motivo que tem potencializado as consequências do fenômeno da convergência para o *design dominante* é a mudança recente dos mercados visados pelas soluções de gestão integrada: das grandes corporações (a maioria já tendo adquirido suas soluções ERP), as *software houses* passaram a visar as empresas do chamado *middle market*. Por serem seus problemas proporcionalmente menos complexos (em geral necessitarão menos de soluções multi-negócio, multi-moeda, multi-planta, entre outras), as empresas do *middle market* necessitam parcela menor daqueles recursos mais recentemente incorporados pelas soluções ERP e que representariam diferencial, ainda que temporário. Os ERPs, portanto, aos olhos do *middle market*, tornam-se ainda mais “parecidas” entre si, pois a parcela dos ERPs efetivamente utilizada por este segmento é bastante similar entre as soluções comerciais disponíveis.

Acresça-se o fato de as empresas de *middle market* em geral não terem em seus orçamentos quantias tão generosas quanto as grandes corporações para gastar em suas soluções de *software*. A partir destas considerações, é mais fácil entender o porquê de os preços de hoje serem tão menores que aqueles praticados por soluções como o SAP em meados dos anos '90, quando o brilhantismo do marketing alemão criou no mercado uma percepção de diferenciação que os permitiu comandar preços elevadíssimos por determinado período - principalmente para suas vendas ao mercado de grandes corporações. Esta situação, entretanto, tem mudado rapidamente e algumas empresas fornecedoras de *software* ERP poderão ter problemas se não puderem adaptar-se bem e rapidamente à nova realidade. Da mesma forma, as empresas usuárias potenciais que souberem negociar e aproveitar as vantagens de um mercado ofertante de soluções altamente competitivo em preço poderão beneficiar-se de uma conjuntura, pelo menos temporariamente, favorável.

¹ Conforme explica J. Utterback, em seu livro “Mastering the Dynamics of Innovation”, da Harvard Business School Press (<http://www.hbsp.harvard.edu>).