

Tecnologia 10 x Marketing 0

Durante anos o grande talento dos desenvolvedores da Apple nos cativou com tecnologias revolucionárias e inovadoras. Em contrapartida, a equipe de marketing da Apple conseguiu o incrível feito de pegar estas mesmas tecnologias fantásticas e jogar tudo por água abaixo com planos de marketing medíocres.

A Apple possui uma longa lista de tecnologias inovadoras, porém mal adaptadas às realidades do mercado. O produto mal adaptado à necessidade do usuário, com o preço muito elevado ou com uma promoção mal feita, não gera interesse algum, pois ninguém sabe a sua utilização. É normal encontrar ferramentas fantásticas da Apple, porém tão mal divulgadas que o mercado potencial nem sabe de sua existência e muito menos o seu uso.

Citados aqui estão alguns exemplos de tecnologias que foram lançadas inicialmente pela Apple, e depois imitadas e readaptadas com melhor sucesso por outras empresas:

Mac OS - o coração da Apple é o seu sistema operacional. Embora a Apple por muitos anos achasse que era uma empresa de hardware, na verdade ela é uma empresa de software. Como resultado, ela vendia o hardware com margens altíssimas (40% no início), e dava de brinde o seu coração: o Mac OS. A Microsoft, que nunca teve dúvidas se era uma empresa de software, usou a estratégia correta: vendia o DOS a qualquer um que pedira, e focava em melhorar o seu produto. Como resultado, o Mac OS foi copiado pela Microsoft nos sistemas operacionais Windows 95 e Windows NT, que hoje se tornaram o padrão de mercado. A Apple tinha cinco anos (1984-1989) de vantagem competitiva na área de interfaces gráficas sobre o sistema operacional do concorrente, mas não soube manter a distância. Bill Gates não foi nenhum guru mercadológico, mas teve muita sorte, pois era óbvio o seu alvo (interface "a la" Mac), e ele corria contra o tempo e contra uma empresa que tinha um alvo estático – um sistema que não evoluía. Se o alvo fosse móvel, isto é, se o Mac OS tivesse sido licenciado e vendido a fabricantes de PC e clones, ou evoluído para um sistema mais estável, multitarefa e multiplataforma, o Mac OS hoje estaria em uma melhor posição.

Newton - embora o seu reconhecimento de

escrita seja um pecado, o Pilot, PDA da US Robotics, abocanhou uma oportunidade de penetração no mercado corporativo e doméstico deixada de lado pelo Newton da Apple. O Pilot foi muito bem adaptado à necessidade de porta-

deo no computador (Sound Blaster), do teclado ergonômico (Microsoft), da câmera digital (QuickCam) e do scanner de documentos portátil (Visioneer PaperPort), foram todas idéias que surgiram inicialmente para o Mac, mas que

foram melhor aproveitadas por outras empresas.

O pior é que, na Apple, aprender com os erros do passado não é a regra, mas a exceção. A empresa repete os mesmos erros sempre que lança novas idéias. O resultado dessa combinação fatal, hoje todos nós sabemos, foi de uma empresa que tinha tudo para dar certo, mas que hoje está lutando pela sobrevivência. Dizem que "quem não aprende com os erros cometidos no passado tende a repetir estes mesmos erros no futuro". Tudo bem quando isso não serve de lição a um desconhecido, um colega cabeça-dura ou talvez até um primo distante. Pena mesmo é quando isso acontece com uma



entidade próxima da gente, apreciada e admirada pelas grandes contribuições que realizou através dos anos.

O caso em questão: uma velha conhecida íntima nossa, chamada Apple Computer. **M**

ROBERTO SANEFUJI
É diretor da Interalpha, revenda profissional Apple de São Paulo.

Opiniões emitidas nesta coluna não refletem a opinião da revista, podendo até ser contrárias à mesma.

Internet - o Mac foi o primeiro computador pessoal a ter TCP/IP no sistema. O Mosaic, browser que deu origem ao Netscape Navigator, surgiu primeiro no Mac. Mesmo assim, a Apple cochilou e não soube capitalizar o boom da Internet, preferindo insistir em tecnologias proprietárias como os extintos AppleLink e eWorld.

Multimídia e diversos - as idéias de som e ví-

bilidade de uma agenda eletrônica. Ele é menor e bem mais leve que o Newton. Além do mais, a sua capacidade de fácil sincronização de informação com o Mac e o PC é muito intuitiva.

M

ROBERTO SANEFUJI

É diretor da Interalpha, revenda profissional Apple de São Paulo.

Opiniões emitidas nesta coluna não refletem a opinião da revista, podendo até ser contrárias à mesma.