

# As lições da Microsoft para concorrência

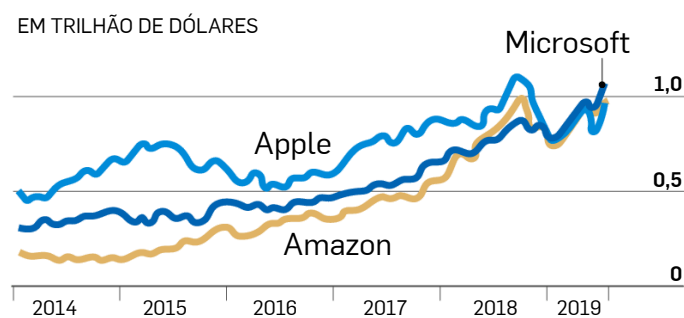
Empresa é novamente a mais valiosa companhia de capital aberto do mundo e, entre outras coisas, aprendeu que a ganância não leva a nada

The Economist, O Estado de S.Paulo  
28 de julho de 2019 | 05h00

Deve ser uma sensação boa a volta ao topo – e desta vez ser quase admirada. Há 20 anos, a Microsoft era considerada o império do mal, conspirando para dominar e envolvida numa batalha antitruste traumática com o Departamento de Justiça dos Estados Unidos. Há cinco anos, tendo cochilado durante a ascensão das mídias sociais e dos smartphones, a companhia foi escarnekida como uma sombra decrépita daquilo que era. Este mês, depois de vários trimestres estelares, ao informar receitas de US\$ 33,7 bilhões, um aumento de 12% em comparação com o ano anterior, a Microsoft é novamente a mais valiosa companhia de capital aberto do mundo, com um valor de US\$ 1 trilhão.

## Mercado

Capitalização das maiores empresas americanas de tecnologia



Fonte: The Economist

**LEIA TAMBÉM** > [Microsoft investe US\\$ 1 bi na empresa de inteligência artificial OpenAI](#)

Como Satya Nadella, o dirigente da empresa desde 2014, conseguiu esse retorno? E com os órgãos antitruste iniciando um novo exame de empresas de “buscas, mídia social e alguns serviços de varejo online” – ou seja, Google, Facebook e Amazon –, o que outras gigantes do setor de tecnologia podem aprender com a experiência da sua rival?

Em primeiro lugar, devem estar dispostas a enxergar além da sua galinha dos ovos de ouro. A Microsoft ignorou as redes sociais e os smartphones por causa da sua obsessão com o Windows, sistema operacional que era sua principal fonte de lucros. Uma das medidas mais importantes adotadas por Nadella após assumir o comando da companhia foi tirar a prioridade do Windows. E ele também apostou alto na “nuvem” – quando as empresas começavam a se sentir à vontade em arrendar o poder de computação. Nos quatro trimestres anteriores, a divisão de nuvem da Microsoft, Azure, cresceu 68% ano a ano e hoje tem quase a metade da fatia de mercado do Amazon Web Service, líder do setor.

Em segundo lugar, a ganância não leva a nada. Nadella não só mudou a cultura da Microsoft como também seu foco tecnológico. O culto ao Windows determinava que clientes e parceiros fossem pressionados e os rivais despachados, com frequência por meios duvidosos, o que levou ao enfrentamento antitruste. O predecessor de Nadella qualificou de “câncer” o Linux e outros tipos de software de fonte aberta. Mas hoje esse sistema operacional rival é mais usado no Azure do que o Windows.

E para muitas companhias, a Microsoft é uma parceira de tecnologia muito menos ameaçadora do que a Amazon, que vem sempre buscando novos setores para entrar e convulsionar.

Em terceiro lugar, trabalhar com os órgãos reguladores em vez de tentar enganá-los ou vencê-los. No início, a Microsoft projetou o Azure de tal forma que conseguiu se enquadrar nas leis de proteção de dados locais. Seu presidente e diretor jurídico, Brad Smith, tem sido a fonte de muitas propostas políticas, como a Digital Geneva Convention para proteger pessoas contra ataques cibernéticos por parte de Estados-nação. Ele também está por trás do uso relativamente cauteloso do reconhecimento facial. A empresa não foi atingida pela reação negativa vigente contra as empresas de tecnologia e está menos vulnerável a alguma nova regulamentação.

É verdade que perder a oportunidade na mídia social acarreta problemas espinhosos do mesmo modo que a moderação de conteúdo se tornou um problema para Facebook e Google, mas as outras companhias fariam bem em seguir o exemplo da Microsoft. A Apple tem defendido a privacidade dos seus clientes, mas o tratamento dos serviços de seus concorrentes em sua loja de aplicativos em breve deve acarretar problemas antitruste. Facebook e Google começam a entender que mais poder implica maior responsabilidade, mas terão de encontrar seu equivalente do Azure, ou seja, um novo modelo de negócios além daquele que é sua fonte de lucros original. Amazon, em termos de ambição e cultura, se assemelha muito à velha Microsoft.

Mesmo uma “monopolista reformada” exige inspeção. Não podemos esquecer que a Microsoft chegou onde está hoje por meio da rapinagem.

Seus críticos afirmam que em sua batalha com o serviço de mensagens corporativas Slack, que compete com um produto Microsoft, a empresa está disposta a usar suas velhas artimanhas. Um número crescente de mulheres que trabalham na companhia se queixa de assédio sexual e discriminação. A nova Microsoft está longe de ser perfeita. Mas aprendeu algumas lições que outras empresas de tecnologia deveriam considerar. / **TRADUÇÃO DE TEREZINHA MARTINO**

]