Estratégias de mercado da Microsoft e seu impacto na escolha do consumidor do ecossistema global de navegadores

Uma nova análise da Browser Choice Alliance destaca o impacto das práticas anticompetitivas da Microsoft no mercado de navegadores.

A MICROSOFT ESTÁ MANIPULANDO O MERCADO DE NAVEGADORES

Por anos, a Microsoft tem se aproveitado do poder de seu dominante Windows OS para manipular o mercado de navegadores em favor de seu produto, Edge.

Eles utilizam de três conjuntos de táticas para isso:

+ **Abuso da estreita integração entre Windows e Edge** para moldar o comportamento do usuário e restringir a escolha livre de navegadores;
+ **Padrões enganosos e outras táticas manipulativas** para desencorajar o download, instalação e uso contínuo de navegadores alternativos;
+ **Auto preferência técnica** que prejudica a interoperabilidade e fragmenta o ecossistema da web. Isso ocorre por meio de padrões fechados, protocolos proprietários, APIs discriminatórias e outras táticas.

Essas táticas, de forma conjunta, permitiram que o Edge crescesse a sua participação de mercado artificialmente.

A participação de mercado dos navegadores da Microsoft (Internet Explorer e Edge) **aumentou em momentos em que a participação de mercado do Windows ultrapassou 85%** (de 2009 a abril de 2025).

→ Essa inflexão sugere que, em altos níveis de domínio do sistema operacional, a adoção do navegador não é devido a qualidade do produto ou da preferência do usuário.

Em **97% dos casos em que o Edge foi o navegador líder** em determinado período, **ele manteve essa posição no período seguinte** (de 2009 a abril de 2025).

→ Essa é uma taxa de persistência excepcionalmente alta e reflete os efeitos estruturais das táticas da Microsoft.

A CORRIDA DA IA AUMENTA OS INCENTIVOS E OS RISCOS

A convergência de sistemas operacionais, navegadores e capacidades de IA aumenta a importância estratégica dos navegadores de desktop.

A CCIA (2024) descobriu que 74% dos usuários corporativos esperam que seu uso de desktop aumente devido à adoção de ferramentas de IA. Isso não é apenas uma questão de preferência do consumidor — reflete dinâmicas estruturais mais profundas envolvendo poder de computação, versatilidade de entrada e interoperabilidade entre aplicativos.

É essencial manter um mercado de navegadores aberto e competitivo à medida que os ganhos econômicos da IA se materializam rapidamente.

A Microsoft abusa de seu ecossistema fortemente interconectado — do sistema operacional de desktop (Windows), navegador (Edge) e ferramentas de IA generativa (Copilot, Bing Chat, GPT-4 via OpenAI) — para controlar o ambiente em que a maioria dos usuários acessa ferramentas de IA.

Isso significa que a Microsoft não é apenas um participante na corrida da IA — ela está moldando as condições sob as quais os usuários acessam a IA.

BROWSER CHOICE ALLIANCE

IMPACTO EXTRA NO MERCADO DA LATAM

As práticas da Microsoft são especialmente impactantes na América Latina, devido à dependência da região de tecnologias estrangeiras e sua forte tendência ao consumo digital.

A alta participação de mercado do Windows OS na região (por exemplo, a média do Brasil está em cerca de 84%, consideravelmente acima da média global de 73,4%) significa que uma grande proporção de usuários está exposta aos efeitos negativos.

O navegador Edge conseguiu aumentar sua participação de mercado na região de forma correspondente. **Entre 2020 e 2024, a participação de mercado do Edge nos quatro países, e em toda a América do Sul de forma mais ampla, dobrou.**

Esses países e a região apresentaram taxas de crescimento anual para o Edge — entre 18% e 25% — que superaram a taxa média global de crescimento da participação de mercado do navegador (15,5%).

Guillermo Cruz, consultor e autor do relatório:

"As táticas da Microsoft são claramente projetadas para suprimir a entrada de concorrentes e consolidar seu poder no mercado de navegadores. Ao longo de vários anos, ela criou uma arquitetura de ciclo fechado eficaz, na qual o atrito do usuário, os vieses comportamentais e a auto preferência sistêmica prejudicam a real escolha do usuário. A corrida para a IA apenas aumentará os incentivos da Microsoft para continuar com táticas manipulativas, e, portanto, os reguladores devem intervir urgentemente."

ESTRATÉGIAS DE MERCADO DA MICROSOFT E SEUS EFEITOS ADVERSOS NA ESCOLHA DO CONSUMIDOR NO ECOSSISTEMA GLOBAL DE NAVEGADORES

O relatório é baseado em uma combinação de pesquisa qualitativa e quantitativa. As fontes incluem literatura existente e informações públicas, juntamente com insights de entrevistas com especialistas. A análise quantitativa foi conduzida usando técnicas acadêmicas comuns, como modelagem econométrica de Mínimos Quadrados Ordinários (OLS), modelo de transição de estado de Markov e simulações estocásticas.