Por Gilberto Pavoni Junior, especial para a CRN Brasil | editorialcanal@itmidia.com.br

OTIMIZAÇÃO DE WAN espera boom de demanda

Fabricantes e canais pressentem que há um bom momento para o setor no Brasil. Sem estudos de mercado, mas com a intuição afiada, o setor mostra avanço nos últimos meses e explica as forças que estão aquecendo o segmento além do esperado

Reprodução deste artigo é exclusiva para fins educacionais

Os equipamentos de WAN (Wide Area Network, redes de longa distância em português) começam a fazer parte da estratégia de TI de várias empresas que querem tornar os negócios mais ágeis, sem jogar para a estratosfera os custos de tecnologia. O segmento tem experimentado um aumento da demanda além do esperado nos últimos meses e há quem acredite que isto é só o começo de uma explosão de consumo. "Comparado com 2009, tivemos uma elevação de 150% das vendas, algo inesperado mesmo com nossos planos otimistas", relata o gerente-geral da Riverbed no Brasil, Leonel Oliveira. O fabricante está há mais de três anos no País e é um dos mais tradicionais desse tipo de solução.

Para Oliveira, existem diversos fatores que estão influenciando a procura inesperada. Entre eles, os mais óbvios são os preços, que se reajustaram aos diversos tipos de clientes, e a conscientização sobre os benefícios da otimização de WAN. "Há um momento em que as empresas percebem que podem melhorar de maneira extraordinária a performance das redes sem que isso traga investimentos gigantescos", diz.

As WANs são utilizadas por empresas que possuem operações geograficamente espalhadas. É uma rede típica, só que muito grande e com enorme capacidade de trafegar dados. São utilizadas desde os primórdios dos antigos departamentos de informática e sempre se mostraram úteis para os negócios.

Contudo, nos últimos anos os avanços da TI sobrecarregaram essas redes e deixaram as empresas diante de um novo desafio. Para aumentar a capacidade seria preciso investir na compra de mais link das operadoras de telecomunicações – um custo elevadíssimo e que contraria o objetivo mais atual dos gestores de tecnologia que é "fazer mais com menos".

Um exemplo de como a otimização está ganhando espaço nas compras de TI é o atacadista Makro. A rede de 76 lojas tem aproveitado o bom momento da economia para crescer e melhorar os serviços aos clientes. A empresa possui uma WAN ligando seus escritórios e pontos de venda. Mas, nos últimos dois anos, ela tem ficado sobrecarregada devido à pró-

MELHOR QUE A ENCOMENDA
LEONEL OLIVEIRA, DA RIVERBED: "Comparado com 2009, tivemos uma elevação de 150% nas vendas. Algo inesperado, mesmo com nossos planos otimistas"

Fotos: Divulgação

pria modernização da TI. "Processos que antes eram feitos em papel passaram para a web e vários aplicativos isolados foram integrados com o sistema", diz o gerente de tecnologia, Paulo Fernando Rodrigues. Com isso, a rede passou a ter baixo desempenho e gerar reclamações além do normal para o help desk.

A primeira solução apresentada para a TI da empresa seria investir na compra de mais banda. Algo que foi prontamente descartado, devido ao custo e à falta de garantia na solução dos problemas. "Com mais link resolveríamos aquela situação de momento, mas como a tendência é colocar cada vez mais processos na rede, iríamos nos deparar com a mesma dificuldade em breve", aponta Rodrigues.

A solução foi investir na otimização de WAN. O projeto foi implantado em outubro de 2010 e já traz retorno após seis meses. Os equipamentos garantiram que todas as novidades de TI funcionassem dentro da mesma banda. Software de frente de loja, CRM, folha de funcionários e ERP que ligam as filiais à matriz começaram a rodar sem falhas. "Tínhamos ao menos cinco reclamações por dia. Em fevereiro esse número chegou a zero", destaca. Além disso, a empresa economizou cerca de 90% do link antigo e evitou a compra do novo. Isto é algo como dobrar a capacidade da rede apenas com uma boa decisão.

O MUNDO É DOS APLICATIVOS

A dificuldade enfrentada pelo Makro é considerada a forma mais poderosa neste início de boom na demanda por soluções de otimização de WAN. "Os aplicativos que estavam dentro de casa estão migrando para a rede e há ainda mais deles surgindo e sobrecarregando o tráfego", destaca o gerente de marketing do distribuidor Allier, Vladimir Alem, que apostou neste mercado há três anos.

Há dois fatores essenciais que têm feito os aplicativos migrarem para a WAN.

DEMANDA SURPREENDEU FRANCISCO PINTO, DA SILVER PEAK: há três meses no Brasil, fabricante quer mais um distribuidor e 40 novos canais ainda em 2011

Fotos: Bruno Schultze

Um é o aumento da oferta de softwares que substituem processos antigos por novos digitais. Outro é o crescimento das próprias empresas, que resulta em filiais novas ou escritórios remotos. Ambos não dão o mínimo sinal de estagnação e devem corroborar com o fortalecimento da demanda por mais alguns anos.

Esse futuro absolutamente aberto tem uma explicação bem simples. "Quando um aplicativo faz esta migração, o usuário, que antes tinha um servidor ali do lado dele, passa a ser mais um consumidor de WAN", explica o vice-presidente para a América Latina da fabricante Silver Peak, Francisco Pinto.

A marca está há apenas três meses no Brasil e o aquecimento do mercado fez o executivo mudar opiniões e planos. "Quando vim para a companhia, eu achava que isso era um nicho de mercado e me surpreendi com a abrangência da demanda", lembra. Atualmente a Silver Peak trabalha com dois distribuidores e dez revendas. Ainda em 2011, deve fechar com mais um distribuidor e o número de canais deve expandir para 50.

E ele não é o único. A Riverbed também planeja, ainda sem metas estabelecidas, aumentar os atuais quatro distribuidores e as 50 revendas. É provável, de acordo com projeções iniciais da diretoria local, que mais dez canais passem a fazer parte da operação.

Já a Blue Coat, outra marca tradicional no segmento, é ainda mais entusiasta. "O céu é o limite", comenta o country manager, José Marcos Oliveira. A marca possui 50 canais e dois distribuidores atualmente. O crescimento da demanda e os novos planos da companhia de entrar no segmento das pequenas e médias empresas (PMEs) irão mudar estes números nos próximos meses. Mas o otimismo do executivo é cercado de algumas cautelas. "Um crescimento de 25% já seria surpreendente neste mercado que ainda precisa ser trabalhado", aponta.

TREINAMENTO PARA CANAIS

O principal problema que impede que o aumento de demanda encontre a euforia dos fornecedores é a cultura dos canais. Pode parecer uma reclamação incoerente após décadas de avanço da TI nas empresas, mas tem aí suas razões de existir. A queixa principal é que revendas e integradores não estão preparados para vender otimização de WAN porque não é isso que o cliente quer.

"As empresas não procuram os parceiros pedindo este tipo de equipamento. Elas chegam com um problema de queda de desempenho na rede", define o gerente de tecnologia da integradora PromonLogicalis, Lucas Pinz. A empresa, que representa as soluções Cisco neste segmento, também acredita que só uma instrução mais afinada garantirá os lucros futuros neste momento de expansão da demanda. "A otimização de WAN envolve várias camadas da TI e várias soluções, mas o que o cliente quer é a qualidade na rede", define Pinz.

O paradigma é evidenciado no caso do atacadista Makro. A ideia de comprar uma solução de otimização de WAN só surgiu no meio do processo de decisão sobre como melhorar o desempenho da rede. A solução adotada, da Blue Coat, somente foi adquirida depois de observada uma abrangência maior. "O cliente queria gerenciamento e segurança também, o que encaixou na nossa oferta que mistura tudo isso", diz o vice-presidente da Arcon, Marcos Morais, que implantou o projeto.

VENDA COMPLEXA MARCUS MORAIS, DA ARCON: "É preciso entender o problema e só depois ver se a otimização de WAN se encaixa"

Fotos: Divulgação

O canal começou a trabalhar com Blue Coat no primeiro trimestre de 2010. Em um ano com a marca, conseguiu oito clientes, o que tornou este tipo de oferta uma das fontes de receita da área de networking. "Nossa visão era conseguir metade disto. O mercado surpreendeu", diz.

Para conquistar esses clientes novos, a Arcon teve de gastar muita saliva. "É preciso entender o problema e só depois ver se a otimização de WAN se encaixa", define Morais. O canal conta com a experiência dos executivos e vendedores neste ramo e admite que sem isto, perderia negócios.

O problema é geral. Todos os executivos ouvidos pela reportagem da **CRN Brasil** apontam que há espaço para todos crescerem, desde que a demanda encontre eco na oferta. "O mercado de redes se acostumou a trabalhar o monitoramento, mas a otimização é uma oferta nova", diz o diretor-comercial da integradora e trader Inspirit, Alexandre Araujo. A empresa representa várias marcas do segmento e aposta que nesse portfólio para conquistar clientes. "O cliente chega com um problema de sobrecarga na rede e quer resolver isto rápido. Nós usamos estes produtos para solucionar de forma completa", diz.

Um relatório da consultoria Gartner aponta exatamente este cenário. De acordo com o documento, as soluções de otimização de WAN enfrentam o desafio de se mostrarem úteis diante de um crescimento da oferta e da inovação que permite várias combinações. O paper "Magic quadrant for WAN optimization controllers" destaca que os clientes só adotam tal solução após terem compreendido os aplicativos que rodam na rede e suas influências na performance. Sem isso, não há compras desta solução.

Esta é a dica principal para quem quer aproveitar o bom momento do mercado. As oportunidades existem e são grandes. Só precisam ser traduzidas da linguagem do cliente para a linguagem dos parceiros de TI. CRN

FORÇAS QUE MOVIMENTAM O MERCADO

DATA CENTERS
Próprios ou terceirizados, eles são os principais consumidores de otimização de WAN.

APLICATIVOS
Com a infraestrutura de TI estabelecida, as empresas estão criando cada vez mais processos digitais para alcançar mais rapidez e controle.

CLOUD COMPUTING
Os aplicativos estão migrando para a nuvem porque os usuários estão geograficamente dispersos.

DISASTER RECOVERY
A duplicação da TI tem sido uma garantia de sobrevivência, mas a estratégia só é eficiente com uma boa WAN.

CRESCIMENTO
À medida que as empresas ampliam operações, mais trabalhadores precisam de conexão e informações que utilizam web e WAN.

MOBILIDADE
A facilidade de ter acesso a qualquer hora e em qualquer lugar é ótima, mas sobrecarrega a rede.

VÍDEOS
Muitas empresas estão colocando treinamento e outras informações estratégicas neste modelo.

COLABORAÇÃO
As plataformas colaborativas devem crescer e trazer desafios para a latência e desempenho das redes corporativas.

REDES SOCIAIS
A proliferação de sites como Youtube, Facebook e Twitter tem interferido na gestão e segurança das WANs.

STORAGE
O aumento deste tipo de dados e sua constante recuperação trazem desafios na performance da rede para usuários e fabricantes.

Fonte: CRN Brasil, São Paulo, n. 325, p. 40-43, 1ª Quizena de abr. 2011.