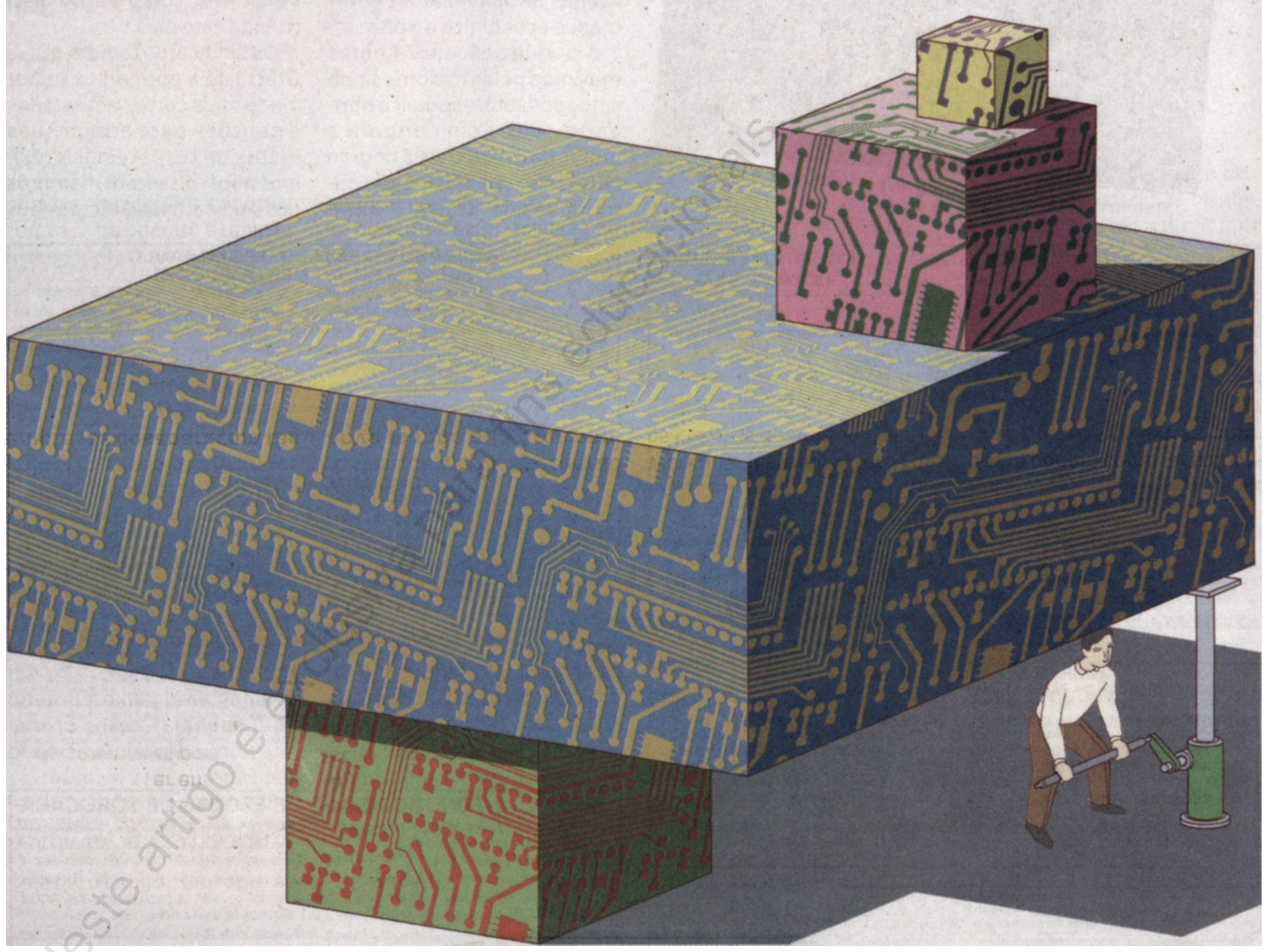
Velhos programas X Novas tecnologias

Evoluem as práticas de gestão, modernizam-se os equipamentos, os programas dos computadores tornam-se obsoletos – é hora de trocar tudo. Ou então, de garantir que sistemas antigos funcionem com os novos sistemas. E é aí que mora o problema.

Quentin Hardy*



Ao longo dos próximos anos, o destino dos trilhões de dólares que empresas gastam em tecnologia será decidido por executivos como Jeff Allen. Enquanto as grandes empresas engatam seus sistemas computacionais à última onda de tecnologia. Allene outros terão a complicada tarefa de garantir que sistemas antigos funcionem com os muitos novos sistemas entrando em sua empresa.

"Muitas empresas normais estão lutando para amarrar muitos softwares diferentes" de vários provedores de tecnologia, explicou Allen, vice-presidente da Standard Register, empresa de publicações especializadas e comunicação em Dayton, Ohio. Eventualmente, ele terá de escolher apenas três ou quatro grandes fornecedores.

Eventualmente. Porém, não agora. Os compradores de tecnologia corporativa estão olhando um cardápiode novas e velhas tecnologias, com nomes familiares e obscuros. Empresas da velha guarda como Microsoft, Oracle, Dell e Hewlett-Packard dividem o espaço com novos nomes, como Salesforce.com, Workday e NetSuite. Google e Amazon possuem serviços de computação corporativa. E ainda outro grupo de iniciantes está atacando as gerações mais novas, pronto para oferecer aplicativos fáceis de usar como aqueles que o consumidor baixa em seu smartphone.

É um número desconcertante de opções com grandes interesses: a quem você irá confiarseu bem mais precioso -dados sobrevocêeseus clientes?

"Existe uma mudança na guarda", declarou Paul Daugherty, diretordetecnologia da consultoria Accenture. "Algumas das novatas se tornarão grandes, e algumas serão compradas. Os clientes estão tentando estruturar as coisas para se aproveitar das mudanças, masnãoéfácil".

O maiorfatordessa mudança é a computação na nuvem, onde o software é localizado em outro lugar e acessado pela internet. Com a nuvem, os custosiniciaissãogeralmente muito menores e novas versões de softwares aparecem tão facilmente quanto uma atualização em um smartphone - de forma que o produto nunca fica desatualizado.

Mudar uma empresa para serviços de computação na nuvem também costuma ser mais rápido do que as antigas instalações de software corporativo, o que pode levar anos e demandar os serviços de consultores.

Todavia, existem riscos nessa mudança. Há temores de que os antigos fornecedores detecnologia nãoentendama nova forma de fazer as coisas e possam ser incapazes de ajudarseusclientesa aproveitar os benefícios da nova tecnologia, enquanto as novas empresas possam não ter poder de permanência. Dar sentido a tudo isso (e controlaresse processo de upgrade) pode ser complexo.

"Podemos fazer as coisas muito mais rápido, pois não somos limitados por grandes upgrades de software a cada dois anos, com dezenas de consultores", explicou Douglas Menefee, responsável pela tecnologia corporativa do Schumacher Group, empresa de Lafayette, na Louisiana, que administra 3.000 médicos de emergência pelos Estados Unidos. "No entanto, há também pontos problemáticos - são produtos demais de fornecedores distintos".

Essa mudança para uma nova geração de fornecedores de tecnologia corporativa vem acontecendo há anos, mas ganhou velocidade nos últimos meses-conforme empresas como Dell, Hewlett-Packard e Microsoft apresentaram dificuldades.

Assim como os consumidores estão passando a comprar música e filmes através de assinaturas mensais, os compradores corporativos vêm se afastando da propriedade plena da tecnologia e passando a pedir que outras empresas façam isso poreles-em troca de uma taxa mensal ou anual.

A Amazon e o Google construíram enormes nuvens globais para capitalizar sobre essa mudança, e estão buscando assumir as cargas computacionais que as empresas costumavam ter em seus próprios servidores por uma fração do custo. O legado mais duradouro de Steve Ballmer, presidente da Microsoft que anunciou recentemente sua aposentadoria, podeserserviço de nuvem criado sob sua supervisão, chamado Azure, para competir melhor nesse novo ambiente.

Naturalmente, é improvável que muitas das grandes empresas desapareçam tão cedo. Elas ainda possuem bolsos fundos, que lhes permitem comprar um ingresso à nova onda de computação corporativa. A Oracle, por exemplo, gastou US$ 3,4 bilhões somente em três empresas de software de nuvem, e realizou outras aquisições e conduziu desenvolvimentos internos que provavelmente somam muito mais.

"Todos teremos de aprender novas habilidades", argumentou Mark V. Hurd, um dos presidentes da Oracle (que é o maior fabricante mundial de softwares corporativos). A estratégia da Oracle inclui colocar todos os seus aplicativos na nuvem, permitindo que as pessoas criem novos softwares na nuvem da Oracle e acrescentando recursos de mídia social a seus produtos.

O plano de Hurd é transportar os clientes lentamente, oferecendo uma pontedossistemas que eles conhecem ao novo mundo que precisam aprender. "Todo cliente quer ouvir como você irá economizarseutempoeseu dinheiro, e comovocêoajudaráa inovar", disse ele.

Embora as opções de tecnologias sejam assustadoras hoje, podemos estar no início de alguma consolidação - ou ao menos uma cara mais unificada. A Salesforce e a Workday anunciaram recentemente uma aliança focada em fazer seus produtos operarem melhor juntos, com os dados dos clientes sendo movidos entre seus serviços.

A Workday anunciou serviços de análise de dados que se aproxima do tipo de trabalho de "Big Data" realizado pela Oracle, enquanto também consolida informações que possam ser coletadas de produtos de outras empresas. "A ciência da análise é unificadora", afirmou Dan Beck, vice-presidente financeiro da Workday. "Estamos junto com os clientes de uma forma que os grandes simplesmente não entendem".

A Amazon introduziu um programa que inspeciona o uso que uma empresa faz de seu serviço na nuvem, chamado Amazon Web Services, e sugere formas de aprimorar essa experiência. O Google ampliou sua estratégia de nuvem corporativa, convocando mais desenvolvedores e vendendo novas maneiras de analisardados.

Big Data é vendido como umaformadecriareficiênciae obter conhecimento. Contudo, serviços de Big Data são também uma maneira de consolidar dados para clientes. Quem controla informações é quase por padrão o parceiro de confiança, ou o que é conhecido no mercado como "a única garganta para apertar" quando algo dá errado.

Allen diz que as trocas de aplicativos, onde as empresas agora podem comprarsoftwares como as pessoas compram games e vídeos em uma loja de aplicativos, também podeajudara manterclientes. "Quando se possui uma quantidade significativa de dados na plataforma de alguém, você se resguarda com bastante rapidez", afirmou ele. "Eles querem que você use os aplicativos deles, pois estão procurando por aderência".

*The New York Times

Reprodução deste artigo é exclusiva para fins educacionais

Fonte: Diário do Comércio, São Paulo, 7 nov. 2013, Economia, p. 20.