

BOOM DE TI NO BRASIL

Fazendo dos negócios de data center na América Latina uma força econômica. Por: Yevgeniy Sverdlik

Não é segredo que a economia do Brasil está bombando. Junto com outros grandes países latino-americanos, o Brasil resistiu à crise econômica mundial iniciada em 2008 muito bem. Embora haja algumas preocupações de que uma desaceleração na demanda para alguns dos produtos do Brasil na China - um de seus maiores clientes - possa indicar a desaceleração do crescimento do maior Mercado da América Latina (e um dos maiores do mundo), as companhias que fazem negócios no mercado de data center do país não poderiam estar mais otimistas.

A Eaton Corp. como exemplo. A fornecedora de equipamento elétrico que agora é baseada na Irlanda - uma das maiores fornecedoras para data centers - aumentou o serviço de sua empresa em um quarto do tamanho em 2012. E isso quando o crescimento econômico do país mostrou uma desaceleração. "Uma vez o produto vendido, eu vou prestar serviço nele pelos próximos dez anos", afirma Darrick Finan, vice-presidente de Vendas para as Américas.

"Eu adicionei 25% ao setor de serviços da minha empresa no último ano no Brasil. Eu somei pessoas para atender todos os equipamentos sendo vendidos", completou. Data centers não são o único foco da Eaton, mas é um dos segmentos mais importantes para a empresa.

Uma das características mais únicas da economia brasileira foi o surgimento de uma robusta classe média na última década. Segundo Finan, agora, um grupo muito maior de pessoas não precisa trabalhar em mais de um emprego para sobreviver, tem mais tempo de lazer. E isso significa que estão comprando mais iPads e eletrodomésticos, enquanto gastam mais tempo em redes sociais ou consumindo mídias digitais.

Isso, claro, significa uma demanda meteórica por capacidade de data center. E nenhum está disponível nos provedores multinacionais. Esse foi o motivo por qual a Equinix comprou a Alog, com seus três data centers em 2011. Esse também é o motivo da Verizon Terremark ter adicionado recentemente quase 3 mil m² de es-



La cidade de Foz do Iguaçu

paço em sua unidade em São Paulo, e também porque ela está disposta a continuar ampliando.

Steve Rivera, vice-presidente para América Latina e Caribe da Terremark, afirmou que o espaço adicional na antiga planta da Xerox entrou em ação em janeiro, e cinco usuários assinaram contratos no mesmo mês. Antes da expansão ficar online, o centro de dados estava 95% ocupado. Segundo Rivera, outros data centers da cidade estão na mesma situação de falta de espaço.

São Paulo, obviamente, não é o único grande mercado no Brasil. Anda há o Rio de Janeiro, com sua pesada presença de companhias de energia, Porto Alegre e Belo Horizonte. Segundo Rivera, esses são os locais onde se concentram a maior parte do comércio brasileiro.

UM MERCADO CONFORTÁVEL PARA A EATON

Para Eaton, o Brasil é o maior mercado na América Latina. A companhia tem operações no país há décadas, bem antes de se chamar Eaton, lembra Finan, e hoje emprega 10 mil pessoas. Brasil é onde a Eaton tem sua maior fábrica, uma planta com produtos para a indústria automotiva, incluindo a Fiat e outras montadoras. "A Eaton está muito confortável no Brasil", conclui.

Sua base de clientes consiste em empresas locais e multinacionais. Os contratos com os primeiros são a maioria hoje, mas as vendas para os segundos estão crescendo em ritmo acelerado. "As multinacionais estão chegando, um movimento que tenho visto acontecendo nos últimos 18 meses", afirma Finan. A maioria delas entram no mercado comprando companhias nacionais, mas algumas estão expandindo e começando do princípio.

Alguns dos mais notáveis acordos de data center da Eaton foi o selado com o Banco Itaú e com a IBM. O banco está construindo um data center de 20MW próximo a São Paulo, e a Eaton está fornecendo o UPS, o PDU, painéis remotos de energia e equipamento de ar-condicionado da Stulz. Também está fazendo boa parte dos serviços, trabalho de integração e gerenciamento do projeto, afirma Finan. A IBM está expandindo a capacidade de seu data center de outsourcing, para atender pequenas e médias empresas, aumentando as receitas da Eaton.

CONCORRÊNCIA ENTRE FORNECEDORES MAIS DURA

Há uma grande variedade de usuários finais de data center no país. "Nós estamos vendo muito do e-commerce, web hosting, serviços financeiros e plano de saúde", afirma Rivera sobre os negócios da companhia em São Paulo. "Empre-

sas em "cada um desses setores estão aumentando a terceirização de seus centros de dados." Há uma divisão bastante igual entre os clientes locais e estrangeiros, diz ele, e a maioria deles está usando os serviços de colocation da empresa. "Agora, colocation é, de longe, o maior dos nossos serviços que estão sendo aproveitados", continua. Em segundo vem o cloud, cuja adoção na América Latina como um todo vem ganhando aceitação nos últimos três a seis meses, de acordo com as observações de Rivera.

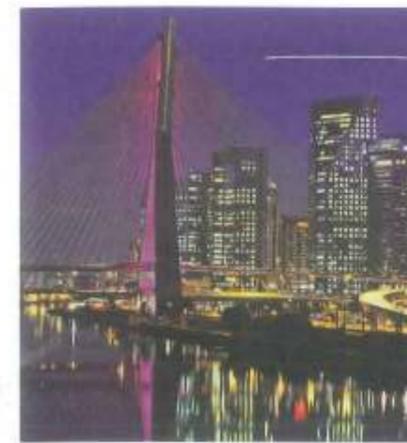
Para ele, uma das coisas mais excitantes sobre o Brasil é ver o crescimento consistente das companhias, muitas das quais com taxas anuais de dois dígitos, replicando modelos de negócios de empresas americanas. Empresas locais estão se desenvolvendo se espelhando em modelos como os do eBay ou FedEx, adaptando para o mercado local.

Esse aumento está impulsionando maior competição entre os fornecedores do mercado de data center. "O mercado ficou extremamente competitivo e é por isso que nós estamos desenvolvendo mais serviços para tentar nos diferenciar dos outros", afirma Rivera. Terremark está fazendo isso para neutralizar a tentativa de alguns outros players de competir apenas no preço. "Nossa competição está tentando transformar os serviços de data center em commodities", afirma. "Nós temos o sentimento que o preço comanda, e os serviços tem que ser realmente comparáveis".

Os maiores competidores da empresa em São Paulo incluem a Alog, HP, UOL Diveo e a Tivit. Essas companhias concorrem com os negócios de colocation da Terremark para a mesma base de consumidores. Essa é uma das razões que a empresa adicionou coisas como serviços de segurança baseados na nuvem ao seu portfólio, para reduzir o número de companhias que disputam cabeça a cabeça o mercado.

UM NOVO LINK

Larry Schwartz, CEO da Seaborn Networks, está observando o crescimento da economia brasileira de um ponto de vista muito único: o aumento do tráfego no cabo submarino entre o Brasil e os Estados Unidos. "A capacidade aumentou na nossa rota de forma histórica, algo entre 45% e 100% em um ano e não mostra nenhum sinal de declínio", afirma. A empresa está construindo um outro cabo para aproveitar o momento.



Ponte Octávio Frias no Brooklin, São Paulo

Existem dois cabos na rota Brasil-EUA um da Level 3 Communications, um da Telefônica e outros dois da GlobeNet, subsidiária da Oi, afirmou Schwartz. Segundo ele, será a única com uma ligação direta entre São Paulo e os Estados Unidos. Os concorrentes têm paradas em vários pontos entre os dois continentes. O executivo explica que as conexões existentes usam uma tecnologia anterior, que não permitiam o link direto entre os dois países. Mas os recursos evoluíram, e agora isso é possível.

Três dos quatro pares de fibra da empresa ligarão São Paulo a Nova York diretamente, com o quarto descendo em Fortaleza, um hub para chegada das rotas. Segundo Schwartz, Seaborn optou por isso para ficar próxima aos cabos antigos e garantir interconexão. Ainda há companhias explorando a ligação da capital do Ceará com estações na África. Seaborn vai ser um fornecedor por atacado, e seus principais clientes serão as grandes operadoras e provedores de conteúdo que necessitam de capacidade na rota Brasil-EUA. "Qualquer um, hoje ou no futuro, buscando uma presença significativa no Brasil ou em outras partes da América Latina terá que falar conosco", acredita.

DESAFIOS BRASILEIROS

Há uma curva de aprendizado bastante íngreme que é enfrentada pelas multinacionais que querem entrar no mercado brasileiro. Segundo Rivera, há complexidades culturais que qualquer um que faz negócios no país tem que entender. "O Brasil é diferente de qualquer outro país na América Latina", diz. É por isso que a Terremark contrata o pessoal para trabalhar em São Paulo na própria cidade.

Um estudo publicado no último ano pela Cushman and Wakefield and HurleyPalmerflatt fez um ranking dos países de acordo com o risco de construir ou operar datacenters, e colocou o Brasil no topo da lista dos mais arriscados. A pesquisa comparou lugares que já têm um mercado ativo. Os itens que fazem o país tão problemático incluem o alto preço da energia, a carga tributária, escassez de mão de obra qualificada, baixa renda per capita, alta inflação e instabilidade política.

Para Finan, da Eaton, entretanto, que as tarifas de energia são uma realidade administrável, e que o Brasil não está sozinho nesse aspecto. "É uma preocupação, mas uma das que podem ser administradas", afirma. Além disso, o alto custo é um benefício para empresa, já que eficiência energética e economia são uma grande parte do valor de suas soluções.

Outro grande problema do país é a infraestrutura. As estradas são inadequadas, e ter o tempo suficiente de encontros reais com os clientes é um desafio. "Tentar chegar aonde se precise no Brasil pode ser bem difícil", para Finan. "Você pode gastar uma hora e meia andando 10km em um dia útil". Rivera afirma que suas equipes têm problemas ao precisar atender mais que duas reuniões por dia, devido o tempo que gastam no tráfego.

Se manter atualizado com as mudanças regulatórias no Brasil também é um desafio. Por exemplo, segundo Finan, o governo aumentou os impostos para UPS que vêm de qualquer lugar, menos do Mercosul, de 16% para 20%. A mudança aconteceu em um fim de semana. "Isso não é bom, isso não é mal. Isso é a realidade", completa. "Alguém construindo dentro do Brasil tem 6% de vantagem agora que eu tenho que superar para ser capaz de compensar". Boa parte dos UPS da Eaton vem da companhia irmã Power Quality North Asia, na China, e a empresa passou a considerar fabricar parte dos produtos no Brasil. Mas nenhuma decisão havia sido tomada até a entrevista.

Apesar dos desafios do Brasil, o mercado está crescendo muito mais rápido que o maiores mercados, como os Estados Unidos e a Europa, e as empresas multinacionais e locais tem considerado que esta valendo a pena por enquanto. Para Finan, as taxas são mais caras que em outros lugares, mas não vão espantar ninguém. "As pessoas estão indo para o Brasil por conta da oportunidade". ■