



Debates en Newsbook

Asalto definitivo a la nube

CLOUD

Nada ni nadie se impone a la nube. El entorno, repleto de bondades y ventajas, señala el horizonte tecnológico para muchas empresas. Sin embargo, no todo es susceptible de elevarse a la nube, ni la totalidad de la estrategia que marca la compañía debe morar en ella. Se impone, por tanto, una línea de actuación en la que prime la racionalidad y en la que los integradores, aliados del canal mayorista, sepan jugar la baza de la rentabilidad y la eficiencia. La nube señala el horizonte pero, a juzgar por lo que marca el mercado, debe buscar el equilibrio con la seguridad y la confortabilidad que ofrecen los cubículos privados.

Marilés de Pedro





Todas las consultoras defienden el aumento del consumo de la nube. Sin embargo, según un reciente estudio de Deloitte, a petición de Vodafone, sólo el 22 % de las empresas españolas usa servicios *cloud*, siendo necesario llegar al 75 % para cumplir con el objetivo previsto por la Comisión Europea en la Década Digital 2030. Un dato con el que, atendiendo a lo que sucede en el mercado, no están muy de acuerdo proveedores y mayoristas. "Aunque el mercado de la nube en España no crece tan rápido como sería de esperar, en España el ritmo de crecimiento es bueno", valora Francisco Romero, director de canal de Crayon España. Un consumo que ya ha traspasado la frontera del mero tratamiento de los datos para desplegarse en torno a todo tipo de cargas y posibilidades tecnológicas.

Tras el enorme despliegue que ha existido en los dos últimos años, en 2022 se ha producido, según defiende Antonio Pizarro, director de ventas de OVHcloud en el sur de Europa y Brasil, un cambio en el consumo. "Hay una enorme demanda en torno a la oferta de Plataforma como Servicio (PaaS), con soluciones relacionadas con las bases de datos como servicio, de recuperación ante desastres, *machine learning* o inteligencia artificial". Un cambio, completamente disruptivo, que



ha llevado al proveedor europeo a ampliar su cartera de soluciones. "A principio de año contábamos con 20 soluciones y pretendemos acabarlo con más de 80. Sin lugar a dudas, el entorno PaaS está siendo la gran tendencia de este año, especialmente en España".

También el segmento mayorista observa una enorme proyección en el consumo de la nube. "Dudo que alguna empresa en España no haya contratado algún servicio de software como servicio", alega Roberto Alonso, *cloud & business director* de V-Valley. "De he-

cho, el crecimiento que ha experimentado Microsoft 365 ha sido exponencial; impulsado sobre todo por el despliegue del teletrabajo". Un ascenso que se ha ralentizado, reconoce, pero que se ha visto compensado con nuevas oportunidades para el canal, relacionadas con las comunicaciones, la voz, la seguridad o el dato.

El impulso de la nube pública

En un reciente estudio IDC España aseguraba que la nube está permitiendo democratizar el acceso a la tec-



"Hay una enorme demanda en torno a la oferta de Plataforma como Servicio (PaaS)"

nología a todo tipo de organizaciones con un mayor grado de automatización de los procesos, cambiando la estructura de estas organizaciones. Por ello, prevé un crecimiento del mercado de la nube pública en España en los próximos dos años superior al 21 %. "Es crítico tener clara la optimización de lo que se está subiendo", alerta Roberto Alonso. Para ello, el mayo-

rista cuenta con herramientas que pone a disposición de sus *partners*, para ayudarles a controlar el coste y optimizar la subida de las cargas.

Un uso de la nube pública que alcanza tanto a las pymes como a las grandes empresas. "La democratización de las soluciones ha hecho accesible esta tecnología a las pequeñas y medianas empresas", continúa

el directivo de V-Valley. Muchas de ellas han optado por proveedores de servicios gestionados que les ayudan en este entorno. "Contratan la seguridad o determinados servicios, como la recuperación ante desastres, a través de estas empresas, que han cobrado una gran relevancia en nuestro ecosistema".

Predecir el coste es una de las principales preocupaciones de los clientes. "Es esencial", recuerda Antonio Pizarro. "Trabajar en modelos predecibles es clave". Y, junto al control del coste, el análisis previo. "Las compañías son mucho más cuidadosas en general a la hora de invertir en este área", explica Francisco Romero. "Muchas de ellas se han dado cuenta de que el paso de la infraestructura tradicional a la *cloud* tiene que hacerse con un análisis y un estudio minucioso, antes de cualquier migración, con el fin de que la inversión salga lo más rentable posible".

Hace un par de años, según IDC, en el paso de la infraestructura tradicional hacia la *cloud* pública, entre un 35 y un 40 % de la inversión se desperdiciaba. Una situación que parece que ha revertido.





Agustín Sánchez, director de desarrollo de negocio de NFON Iberia, apela al grado de conocimiento que tiene cada compañía para explicar el mayor o menor éxito de sus despliegues en la nube. "No hablaría de desperdicio", especifica. "Más bien se ha utilizado la nube como una herramienta de experimentación para ver hasta dónde era posible llegar y para asegurar la cobertura de la demanda de los clientes". A su juicio, el aspecto en el que más tiene que desarrollarse la nube es el modelo de precios. "Las empresas tienen que adquirir una mayor cultura en la utilización de este entorno y avanzar en el debate del consumo de la nube alrededor del conocimiento".

Aunque el consumo de nube pública alcanza tanto a la gran empresa como a la pyme, el mayor recorrido corresponde a las compañías con un mayor tamaño. "La transformación digital a través de la adopción del *cloud* se está produciendo de forma desigual", analiza Francisco Romero. "Uno de los motivos principales es la falta de conocimiento de la pequeña empresa, así como los costes que van asociados y la falta de disponibilidad y la calidad de los datos; todo ello necesario para aplicar esta tecnología de transición a la nube". En las migraciones a la nube

pública, considera que el primer reto es diseñar una estrategia acorde a los objetivos. Junto a él, la seguridad es un aspecto clave. "Muchas empresas siguen considerando que la nube pública no es segura. Una percepción que está directamente relacionada con

la preocupación en torno a la sensibilidad en los datos". Y, por último, el coste. "Es necesario determinar el coste real de una migración; un proceso que exige una evaluación para verificar si es técnicamente factible y valioso".

El mayorista, esencial

El papel de los mayoristas se ha asentado de manera definitiva en el desarrollo de este mercado. Entre otras funciones, juega un rol tremendamente relevante: popularizar el entorno *cloud* en el canal de distribución. España, al ser un país de pymes, cuenta con un canal de distribución disperso, que cuenta con muchos distribuidores muy pequeños, lo que señala al entorno *cloud* y a las fórmulas de pago por uso como una enorme oportunidad. En un escenario tan atomizado, el mayorista cobra mucha relevancia. "En este entorno en la nube, el valor se puede dar de mil maneras", recuerda Roberto Alonso. Las múltiples tecnologías que están a disposición de los clientes añaden una enorme complejidad a la labor de los integradores que el

mayorista trata de aliviar. "Abogamos por que el *partner* construya sus servicios, su propuesta de valor añadido", explica. Se trata de unos servicios desplegados como los demanda el mercado, en un modelo de pago por uso, con independencia de la tecnología que los sustenta. Alonso insiste en que uno de los grandes retos es centrarse en el control y en la optimización de todo el entorno *cloud*. "Hay que ir más allá de la infraestructura, con el desarrollo de proyectos en torno a la analítica y la seguridad". Es el caso, por ejemplo, de proyectos alrededor de Microsoft 365, con el desarrollo de oportunidades en torno a la gestión del dato, la voz, el vídeo o la seguridad. "V-Valley es el socio en este viaje del canal hacia la nube".



El reinado de lo híbrido

Sin embargo, no todo es público. Ni mucho menos. En los últimos meses, siguen ganando presencia los modelos en los que triunfa el uso de la "cloud" privada, donde se consume la nube, con todas sus ventajas, en un escenario mucho más cercano y controlable. Agustín Sánchez identifica a los usuarios amantes de una nube privada, dentro del área de comunicaciones unificadas que señala NFON, como aquellos que identifican como críticas algunas de sus comunicaciones. "Se trata de empresas que desean mantener un control y una responsabilidad absoluta sobre la redundancia y los diferentes canales de operadores de datos".

Antonio Pizarro insiste en que las empresas no van a aplicar un modelo único de consumo. "Desplegarán una gama de soluciones que permita cubrir la mayoría de los casos de uso para diferentes segmentos de negocio". Para ello "es fundamental trabajar con estándares, con soluciones *open source* que permitan disfrutar de la tecnología en cualquier entorno (*on premise*, *edge* o nube). Las empresas deben apostar por tecnologías que se entiendan unas con las otras".

Roberto Alonso, que ya destierra el debate de si nube sí o nube no, ("ya nadie se plantea no usarla"), recuer-



da la exigencia del mercado de pagar por lo que usa, lo que ha dado paso al desarrollo de modelos de nube privada, en los que las empresas disfrutan de las ventajas de la nube en un entorno mucho más controlado. "Es el caso, por ejemplo, de opciones como GreenLake, en la que HPE apuesta por un modelo de consumo en pago por uso, lo que supone para el canal una manera diferente de afrontar los proyectos".

También Francisco Romero apela al modelo híbrido como el que señala la tendencia de los consumos en la nube por la combinación de todos los beneficios que ofrece la nube pública y los que aporta el modelo

onpremise. "Es clave la flexibilidad que aporta en el área de las aplicaciones y que redunda en la optimización de la seguridad y el gobierno", completa. "En la mayoría de los casos la hibridación es la solución. Una hibridación que apela a un proceso evolutivo, aplicable a todo tipo de empresas".

El talento, reto fundamental

En España, el número de especialistas en TIC debe aumentar en más de 1,39 millones para cumplir los objetivos de la Década Digital establecidos por la Comisión Europea. Entre 2019 y 2020, el número de especialis-



tas en tecnologías de la información y comunicación sólo ha aumentado un 2 %, lo que señala un enorme reto para el sector. "El incremento del talento tiene que estar sustentado en la formación. Empezar el viaje hacia el *cloud* sin profesionales formados es realmente peligroso", señala Francisco Romero. El porcentaje de profesionales expertos en *cloud* en España es bastante bajo, "lo que está afectando de forma directa al desarrollo de los procesos de transformación digital en todas las organizaciones", analiza. A su juicio, la responsabilidad recae claramente en las propias empresas que tienen que invertir en formación para sus empleados. "Es la forma de retenerlos".

Una escasez de talento que alcanza al canal. "Es una de las principales preocupaciones que tienen nuestros *partners*. Hay una escasez brutal", reconoce Roberto Alonso. Junto a ella también es preocupante la retención. "El hueco es cada vez mayor ya que la necesidad que existe de profesionales no se cubre y, año tras año, crece". El directivo de V-Valley recuerda el compromiso, tanto del mayorista como de muchos fabricantes, con la formación. "Pero no es suficiente", analiza. "Quizás a la Administración Pública le corresponda, por ejemplo, tareas como el relanzamiento de

"Muchas empresas se han dado cuenta de que el paso de la infraestructura tradicional a la cloud tiene que hacerse con un análisis y un estudio minucioso, antes de cualquier migración"

la Formación Profesional, con cursos específicos para cubrir estas demandas".

Agustín Sánchez apela al talento aplicado a la gestión concreta de la tecnología. "Se necesitan profesionales que sepan resolver las exigencias de las empresas". Una característica que aplica perfectamente al área de las comunicaciones unificadas. "Hemos intensificado la formación en torno al diseño de los servicios en el despliegue de los proyectos: cómo se deben llevar a cabo los desvíos de las llamadas, la gestión de las colas, cuál es la mejor manera de dejar a alguien en espera, etc. Se trata, en definitiva, de un talento centrado

en el modo de implementar los casos de uso".

Para Antonio Pizarro no se trata de una falta pura de talento sino de conocimientos específicos. "Hay una gran demanda en torno a las tecnologías propietarias", identifica. "En el desarrollo del negocio de los hiperescalares, la mayoría de las soluciones que ofrecen tienen un componente propietario, lo que exige profesionales que las conozcan. Cada uno de ellos proporciona al mercado unas 200 soluciones distintas, que se van actualizando constantemente, lo que añade un componente de complejidad a la búsqueda de talento". La solución, al menos en este apartado, se torna clara. "Si se trabajara con estándares, todos los *multicloud* se podrían gestionar de forma muy similar, lo que permitiría que un único profesional pudiera gestionar varias nubes".

España, zona fértil para la nube

Su ubicación geográfica privilegiada, entre Europa, las buenas infraestructuras con las que cuenta y la enorme proyección de crecimiento que exhibe el entorno de la nube, por la inmadurez del mercado, son algunos de los factores que explican el atractivo de España para convertirse en un lugar idóneo para ubicar centros de



"La transformación digital a través de la adopción del cloud se está produciendo de forma desigual"

datos que provean de tecnología *cloud*. IBM, AWS, Google, Oracle o Microsoft han anunciado su desembarco en este año o en los próximos, lo que convierte a España en uno de los grandes epicentros *cloud* de Europa.

Convertir a España en tierra fértil para el desarrollo de la nube es observado de manera positiva por parte

de proveedores y canal. "Queda claro que hay negocio en España", señala Antonio Pizarro. "Va a crecer la adopción de la nube y nuestro país va a jugar un papel, si cabe más importante. Y se van a crear muchos puestos de trabajo". El directivo de OVHcloud recuerda la apuesta del proveedor europeo por suelo español que fructificará, aunque aún no cuentan con

una fecha concreta, en la apertura de un centro de datos en nuestro país.

Francisco Romero insiste en que estas inauguraciones facilitan el desarrollo del negocio a todas aquellas compañías que explotan la nube. "Se promueve la transición hacia este entorno, mejorando la redundancia, la disponibilidad, etc.". Opinión similar tiene Agustín Sánchez para quien la apertura de nuevos centros de datos "abre el espectro de servicios, con una mayor calidad y respaldo".

El canal también tiene que adaptar su negocio y tratar de encontrar puntos de colaboración con estos hiperescalares. "Trabajamos con multitud de *partners*, con perfiles completamente diferentes y velocidades diversas de adopción de la nube en su negocio", explica Roberto Alonso. Parte de la labor del mayorista es mostrarles la oportunidad de incorporarse al negocio de estos proveedores. "Estas múltiples aperturas son un aliciente para todos los que formamos parte del segmento tecnológico y para seguir apostando estratégicamente por la nube".





La soberanía del dato, debate pendiente

La soberanía de los datos es un tema esencial. Todas las ventajas del uso de la nube en cuanto a disponibilidad, costes, escalabilidad o capacidad de cómputo pueden ponerse en entredicho si las empresas no tienen en cuenta este asunto. Cada vez es más importante saber dónde se almacenan los datos. Antonio Pizarro recuerda que es esencial saber bajo qué jurisdicción se almacenan y procesan los datos alojados con los proveedores *cloud*, independientemente de dónde esté alojado físicamente el centro de datos. La jurisdicción depende de la ubicación del dato, pero también de si el proveedor es europeo o no. "Cuando el proveedor que aloja el dato es una compañía estadounidense, éste se debe a la ley Cloud Act. Por tanto, cuando los tribunales de Estados Unidos solicitan a los hiperescalares ciertos datos de sus clientes, tienen la obligación de dárselos sin someterse a ninguna jurisprudencia o ninguna normativa europea que lo pueda frenar", recuerda.

La presencia en territorio nacional, por tanto, no garantiza totalmente la soberanía de los datos. Además de la Cloud Act estadounidense, la legislación china permite a su gobierno solicitar datos ubicados en territorio europeo.

Comunicaciones unificadas, ¿ya en la nube?

En el caso de las comunicaciones unificadas en los entornos en la nube, el impulso del mercado en este 2022 ha sido espectacular. En Europa, un 25 % de los usuarios de Microsoft ya tienen activada la licencia para utilizar servicios telefónicos y hacer llamadas desde Teams.

Según datos de la consultora IDC el crecimiento del mercado de las comunicaciones unificadas en 2021 en España fue un 19,4 % y se calcula que va a estar manteniéndose este crecimiento hasta 2025 en torno a un 15 o 16% interanual. Unos excelentes datos que se unen a la previsión de la consultora Kabel que asegura que en 2026 el uso de este tipo de comunicaciones alcanzará el 50 %, lo que supone doblar los porcentajes actuales. Junto a la tendencia natural, Agustín Sánchez recuerda que en 2025 está anunciando el apagón de cobre, lo que "impulsará la decisión de muchas empresas de canalizar sus comunicaciones a través de canales de datos, con lo que probablemente se estandarizará el uso de la voz IP y, más concretamente, en el entorno de la nube. Sin lugar a dudas, se está produciendo una diáspora bastante notable".

Esta problemática entronca directamente con el origen del proyecto Gaia-X, una iniciativa franco alemana, integrada por instituciones públicas, empresas privadas y el mundo de la investigación, para generar un *cloud* virtual europeo y alertar a empresas y usuarios acerca de las posibles injerencias. Un proyecto en el que está incluido OVHcloud. Recientemente se creó el HUB español de Gaia-X impulsado por el gobierno de España.

Pizarro apela al papel protagonista que está adquiriendo el usuario. "Hay que ver qué quiere", señala. "Está empezando a ser partícipe para elegir el *cloud*. Y no tanto de la infraestructura, sino del lugar en el que la aplicación aloja sus datos personales". Es el usuario el que va a marcar el modelo final. "En el caso de ser híbrido, se va a hacer público dónde tiene que estar alojado".



"Multicloud y nube híbrida"

3'. Todas las consultoras defienden el aumento del consumo de la nube. Sin embargo, según un reciente estudio de Deloitte, a petición de Vodafone, sólo el 22 % de las empresas españolas usa servicios *cloud*, siendo necesario llegar al 75 % para cumplir con el objetivo previsto por la Comisión Europea en la Década Digital 2030. ¿Cuál es su percepción del consumo del mercado *cloud* en España?

12' 48". IDC prevé un crecimiento del mercado de la nube pública en España en los próximos dos años superior al 21%. ¿Consumen estas nubes tanto las pymes como las grandes empresas?

24' 19". En los últimos tiempos, siguen ganando presencia los modelos en los que la "*cloud*" privada (donde se consume la nube, con todas sus ventajas, en un escenario mucho más cercano y controlable). ¿Es el modelo híbrido el que señala

el horizonte hacia el que debe tender cualquier infraestructura TIC?

36' 08". El talento es fundamental. Entre 2019 y 2020, el número de especialistas en tecnologías de la información y comunicación sólo ha aumentado un 2 %. ¿Qué se puede hacer para incrementar el talento?

49' 07". España se ha convertido, en muy poco tiempo, en zona de "apertura" de regiones *cloud*. ¿Qué lectura se hace de esta situación?

58' 16". Comunicaciones unificadas en la nube, ¿qué valoración se hace de este apartado en su "subida" a la nube? ¿Están las empresas españolas elevando sus comunicaciones a la nube?

1 hora 3'. Y el mayorista, ¿qué soporte ofrece? ¿Qué papel desempeña en este apartado en el que el cliente es *multicloud* pero no el integrador/distribuidor?

1 hora 6' 30". En el consumo de la nube pública, ¿a qué retos principales se enfrentan las empresas?

1 hora 10' 33". La soberanía del dato. ¿Se está ganando conciencia en España ante tan importante cuestión?





"En la migración al *cloud*, son claves los servicios"

Estrechar las alianzas para seguir incrementando el valor de su oferta y la creación de soluciones conjuntas con su red de *partners* señalan las principales áreas de actividad de Crayon en el primer tramo de 2022. Francisco Romero, director de canal del proveedor en España, insiste en lo importantes que son los servicios en cualquier migración al *cloud*. "Debemos dar a conocer a nuestros clientes nuestra oferta en este crítico apartado que incluye, entre otros, servicios de consultoría para la gestión de activos de software y de infraestructura, migración y soporte". No olvida el control del gasto en este entorno, para el que Crayon cuenta con una herramienta específica.



VER VÍDEO



Francisco Romero, director de canal de Crayon



"Sigue creciendo el número de empresas que apuestan por las comunicaciones en la nube"

Tras el uso intensivo de herramientas de colaboración durante los dos últimos años, ahora muchas empresas han decidido dar el paso para disfrutar de todas las ventajas que supone el uso de una solución de comunicaciones unificadas en la nube. Agustín Sánchez, director de desarrollo de negocio de NFON Iberia, desvela que la compañía lo ha notado en el negocio logrado en este primer semestre. "Hemos crecido con clientes que demandan una mayor integración con el resto de las herramientas con las que cuentan, sobre todo al hilo de nuestra nueva solución CRM Connect". Una buena tendencia que esperan continuar en el segundo tramo de este 2022 y en los años sucesivos. "En 2025 se producirá el apagón de cobre, por lo que resulta esencial seguir trabajando, mano a mano con nuestros *partners*, para ayudarles a hacer la transición a la fibra".



VER VÍDEO



Agustín Sánchez, director de desarrollo de negocio de **NFON Iberia**



"Está creciendo la demanda en torno al modelo PaaS"

Tras una clara hegemonía de la demanda en torno a la infraestructura en el *cloud*, ahora mandan las opciones PaaS. Así lo desvela Antonio Pizarro, director de ventas de OVHcloud en el sur de Europa y Brasil, que observa que las necesidades de las empresas están virando hacia la plataforma como servicio, como es el caso de soluciones de bases de datos como servicio, de recuperación ante desastres, *machine learning* o inteligencia artificial. Una demanda en la que la red de *partners* del proveedor europeo tiene mucho que decir. "Con estas compañías trabajamos para desplegar proyectos llave en mano, en los que aprovechamos la especialización de nuestros socios".



VER VÍDEO



Antonio Pizarro, director de ventas de **OVHcloud** en el sur de Europa y Brasil

"V-Valley quiere ser el socio de confianza del canal en el cloud"

El negocio *cloud* es estrella en el crecimiento de V-Valley. Roberto Alonso, *cloud & business director* de V-Valley, desvela que la buena trayectoria del año pasado ha continuado en este 2022. "Seguimos invirtiendo en aplicaciones, herramientas y recursos humanos; siendo esencial nuestro *cloud marketplace*".

La cobertura del mayorista alcanza a todo tipo de empresas, sea cual sea su madurez en este entorno. "Queremos ser el socio de confianza del canal". Alonso observa una enorme oportunidad más allá de la infraestructura, con el desarrollo de áreas como la analítica o la seguridad; sin olvidar el trabajo de venta cruzada alrededor de Microsoft 365.



VER VÍDEO

