



# El canal exprime el modelo híbrido y multcloud

La venta de microservicios bajo suscripción impulsará la rentabilidad de los socios en SaaS, IaaS y Paas.  
*Mónica Hidalgo*

**A** estas alturas parece que ya está todo dicho sobre la nube y las oportunidades que representa este nuevo mundo híbrido y multcloud para el canal de distribución. La fase de evangelización y concienciación ya está superada, pero falta por conocer el estado de implantación y adopción del modelo nube en el mercado español. El canal deberá afrontar nuevos retos para conocer si por fin ha comenzado a rentabilizar su apuesta e inversiones.

“Si tuviera que resumir las ventajas del cloud en una palabra yo hablaría de libertad”. **Susana Juan, responsable de desarrollo de negocio y partners cloud de Arsys** –uno de los principales hosters y service provider del mercado– alude a esa liberación de ataduras que imponía el mundo tradicional como el nuevo reto del modelo multcloud híbrido al que sacará jugo el partner de canal.

Aunque estudios de Vanson Bourne, al que alude Microsoft, hablan de una menor adopción del modelo cloud respecto a nuestros vecinos, Arsys difiere de

esa apreciación y asegura que la tarea de evangelización ha dado sus frutos. “El porcentaje de empresas que están en la nube y utilizan cloud en su operativa diaria es mucho mayor de lo que podemos imaginar. Y es que, hoy en día, más de la mitad de las empresas gestionan sus infraestructuras TI en modo cloud”. Lo mismo opina **Daniel Laguna, CIO & CXO, head of customer experience en GTI**, quien explica que España es una referencia en implantación de SaaS donde nos posicionamos como “referente en Europa”.

A nivel mundial los ingresos de cloud generan 180.000 millones de dólares, según los datos de la consultora Statista quién también asegura que este mercado crece a un ritmo global del 24%. Esta cifra, según Arsys, es similar al crecimiento que se registra en España, 30%, lo que demuestra que la gestión de la infraestructura cloud es prioritaria para los responsables técnicos.

El canal también juega un papel protagonista en la progresiva expansión del modelo cloud, como asegura **Salvador Más, Alliance manager de Ekon**. “Los nuevos partners son más proclives

a comercializar soluciones en la nube, lo que está ayudando a que el negocio SaaS represente para este año el 50% de nuestras contrataciones”.

Salesforce, uno de los cuatro grandes contendientes que se reparten el bocado SaaS a nivel mundial, da una idea de la transcendencia del modelo y asegura que en 2022 su CRM generará en España un impacto en el PIB de 1.103 millones de euros, creando de forma indirecta o directa más de 20.000 nuevos empleos, según asegura **Ana Vertedor, vicepresidente de alianzas y canal de Salesforce**.

Aunque en función de la fuente se ofrecen diferentes predicciones, Armeti, la patronal del sector TI en España, asegura que las tendencias con mayor capacidad de desarrollo serán la inteligencia artificial, IoT y blockchain, todas ellas apoyadas en la nube, además de otras más consolidadas como la ciberseguridad. Además, la implantación de la nube se ha transversalizado a lo largo de toda la operativa IT de las empresas, con un mayor despliegue en cloud de aplicaciones y soluciones core para el negocio. Es lo que comenta Susana



***“Los partners están ganando más dinero con el modelo por suscripción aunque no lo cobran por operación sino mensualmente”***

Miguel Gómez-Centurión,  
cloud and business transformation  
director de Arrow.



***“Hoy en día más de la mitad de las empresas gestionan sus infraestructuras TI en modo cloud”***

Susana Juan,  
responsable de desarrollo de negocio  
y partners cloud de Arsys.



***“España es una referencia en Europa en adopción del modelo SaaS, más despacio va el IaaS y PaaS”***

Daniel Laguna,  
CIO & CXO, Head of Customer  
Experience en GTI Software & Networking.



***“Los nuevos partners son más proclives a comercializar soluciones en la nube”***

Salvador Más,  
Alliance manager de Ekon.



***“Hay que distinguir entre nubes privadas y públicas y nubes locales e hiperescalares”***

Francisco Torres-Brizuela,  
director de canal de alianzas y cloud  
de Netapp.



***“El modelo de pago por uso permite a los partners obtener un ROI más inmediato y reducir la barrera de entrada a la tecnología”***

Rafael Sanz,  
director de empresas y partners de  
Microsoft.



***“Los CEO están buscando un socio para empujar su camino hacia la transformación digital”***

Ana Vertedor,  
VP de alianzas y canal de Salesforce.

Juan, de Arsys, en relación a los clientes que utilizan su infraestructura para alojar proyectos SAP Hana. En el caso de Microsoft, uno de los gigantes que compite por liderar el apeti-

toso bocado del negocio cloud hiperescala, las cifras también son muy llamativas: “En la actualidad ya contamos con más de 6.000 partners registrados, con alrededor de 3.500 vendiendo nuestros

servicios cloud a través de nuestro modelo CSP de pago por uso que crece a un saludable ritmo del 400%”. **Rafael Sanz, director de empresas y partners de Microsoft en España**, explica además que este crecimiento viene no sólo del negocio de Office 365, sino también de Azure y Dynamics 365, cuyas ventas crecieron este año un 444% y un 232%, respectivamente. “Esto demuestra cómo estamos siendo capaces de capturar la oportunidad de transformación digital en áreas muy diversas que están demandando nuestros clientes”.

### **Híbrido y multicloud**

Hace ya tiempo que las compañías gestionan los correos de los usuarios en la nube pública, al igual que muchas otras aplicaciones de uso general. Sin embargo, hay muchas más dudas respecto a aplicaciones críticas de negocio que constituyen el core de la actividad de una empresa.

El modelo híbrido también continúa afianzándose como alternativa óptima para blindar esas soluciones críticas y subir a la nube pública aquellas más estándares. Según Salvador Más, de Ekon, algunas aplicaciones más commodities, como la nómina, suelen estar alojadas en nubes públicas, mientras que los procesos principales y críticos están en nubes privadas.

**Francisco Torres-Brizuela, director de canal de alianzas y cloud de Netapp Iberia**, distingue entre nubes privadas y las públicas, que pueden ser locales o hiperescalares. En el perfil de estos últimos se encuentran compañías como Amazon Web Services, Azure y Google que proveen servicios de cloud volumes y dominan la gestión de soluciones en la nube con 390 data center en el mundo.

En este sentido sectores como retail, servicios financieros, industria, energía, tecnología, medios de comunicación o sanidad son algunos de los más remisos a desplegar todas sus soluciones en la nube pública y por eso demandan una mayor seguridad.

Para Francisco Torres-Brizuela, director de canal alianzas y cloud de Netapp Iberia, entre los grandes inhibidores de la nube destaca una vez más el nivel de confianza en la “tenencia” o propiedad del dato, sobre todo teniendo en cuenta la nueva legislación existente del GDPR. Además, otro de los asuntos que sigue sin resolverse es la latencia de ciertas aplicaciones.

Como asegura una fuente de la industria, la latencia ha llegado a ser el enemigo principal de las soluciones de nube porque pone en cuestión su eficien-





cia. Si no tenemos tiempos adecuados de respuesta aumentan las voces discordantes que ponen en entredicho las virtudes de la nube frente al modelo tradicional.

### Rentabilizar inversiones en la nube

Hoy en día pocos son los solution providers, partners de software o ISV que no comercializan al menos alguna de sus soluciones propias o de terceros en formato SaaS (software como servicio, en sus siglas en inglés). Obligadas por sus proveedores, sus clientes o por su interés en abordar nuevos negocios, raro es el partner que no haya hecho ya sus pinitos en el mundo de la nube. Aunque fuentes de la industria aseguran que las inversiones del canal para el despliegue del modelo híbrido son mucho menores que en formato tradicional, lo cierto es que la monetización de esos recursos tarda mucho más en llegar.

Rafael Sanz, de Microsoft, ofrece un prolijo argumento para explicar que los socios cloud multiplican por 1,5 sus resultados, aunque se difieran los ingresos en el tiempo. “El modelo de pago por uso no sólo permite a los partners obtener un ROI más inmediato y una fuente de ingresos más estable a lo largo del tiempo, sino que además reduce la barrera de entrada a la tecnología, lo que provoca una aceleración en los ingresos de venta de nuestros partners cloud”. De acuerdo a los datos que maneja Microsoft, el mercado de servicios cloud crece a un ritmo del 30% lo que, unido a los mínimos incrementos que experimenta el negocio on premise, arroja mejores opciones a los socios que apuestan por la nube.

El directivo también refuta radicalmente la idea de que los socios son meros comisionistas de valor asegurando que ofrece una implicación total en los negocios de los clientes. “Además, los partners pueden ofrecer mejores servicios de facturación y soporte, ya sea a través de ellos mismos o de proveedores indirectos, lo cual puede suponer nuevas fuentes de ingresos”. Susana Juan por su parte alude a las ventajas

que ofrece el pago por suscripción para los partners que ya no contemplan la capacidad de computación en algo que no sea ‘as a service’. “Hoy en día es difícil que una empresa asuma el pago completo del uso de un servidor cuando sólo ha hecho uso del 10%”.

En el caso de Ekon, compañía perteneciente a Unit4, resulta básico que el partner rentabilice su inversión en las soluciones cloud y por esa razón mantienen el margen a lo largo de la prestación del servicio al cliente final. “Compartimos los márgenes en los productos cloud de la misma manera que en las licencias perpetuas”. En opinión de Salvador Más, los partners comienzan a obtener un saldo positivo de los ingresos a partir del tercer o cuarto año de implantación. “Si tenemos en cuenta que una empresa cambia de ERP cada 10 o 15 años, el modelo cloud es cla-

## Claves del mercado cloud

- El valor del mercado cloud supera los 180.000 millones de dólares.
- Un 85% de las empresas apuesta por la estrategia multicloud.
- El negocio cloud crece a un ritmo del 30% en España.
- La latencia de las aplicaciones es uno de los grandes inhibidores del cloud.
- El canal comienza a ganar dinero por vender microservicios en la nube.
- España es referencia en implementación de SaaS.

### EL DATO

#### Perfiles de socios cloud

Aunque los ISV, proveedores de servicios e integradores de sistemas son los perfiles de partners mejor posicionados en el escenario de la nube hay toda una amplia variedad de nuevos colaboradores como consultoras TI, agencias interactivas, desarrolladores web o microempresas.

ramente rentable”. Miguel Gómez-Centurión, cloud and business transformation director de Arrow, confirma que los partners están ganando más dinero con el modelo por suscripción, el único problema es que antes lo hacían en una sola operación y ahora lo cobran mensualmente.

## ¿Qué papel juegan los mayoristas para promover la nube?

De acuerdo a Rafael Sanz, el mayorista actúa como capacitador poniendo al servicio de los VAR recursos y formación en capacitación, preventa y posventa. Además, también puede actuar como repositorio de las soluciones creadas por los VARs para que otros las vendan a sus clientes.

Los mayoristas de valor que trabajan en el mercado español han aumentado sus inversiones en este modelo a ritmo vertiginoso y ya comienzan a percibir sus resultados. “En los últimos doce meses el negocio cloud se ha triplicado gracias a la mayor demanda de nuestros clientes”.

En opinión de Miguel Gómez-Centurión, cloud and business transformation director de Arrow ECS Spain, el papel del mayorista es clave porque es el encargado de desplegar el modelo de pago bajo suscripción y también de ofrecer formación, desarrollo de negocio, soporte técnico y mantenimiento de las soluciones en la nube para el partner. “Manejar el negocio cloud sin una herramienta adecuada es casi imposible y muy pocos VAR tienen capacidad de crear un portal con todos los productos cloud”. Los grandes mayoristas de este mercado, sin excepción han desplegado importantes recursos para poner en manos de los partners la posibilidad de vender soluciones y servicios en el mundo cloud.

Es el caso de GTI que hace un par de años anunció una inversión multimillonaria para convertirse en uno de los proveedores de servicios cloud (CSP en sus siglas en inglés) más activos del mercado. Para Daniel Laguna, CIO & CXO, Head of Customer Experience en GTI Software & Networking, entre los servicios más significativos del mercado destacan las migraciones del modelo on premise al modelo cloud, diseño de modelos híbridos y acceso a servicios de tecnología antes impensables para las pequeñas empresas, sobre todo en el área de seguridad.