

La tendencia en el mercado TI corporativo es el todo como servicio

Las tecnológicas se encaraman a la nube

MARIMAR JIMÉNEZ | MADRID | 16-10-2015 21:57



IMPRIMIR

Temas relacionados: [Dell Computer](#) [EMC Corporation](#) [Accenture](#) [KPMG](#) [HP](#) [Amazon](#) [Tecnología](#) [Empresas](#) [Economía](#) [Finanzas](#)



getty images

Esta semana saltaba una noticia de impacto en la industria tecnológica. Se producía la mayor adquisición de la historia de este sector. Dell, el fabricante de PC y servidores, compraba a EMC por 67.000 millones de dólares; una suma escalofriante que lleva a Dell a endeudarse hasta las cejas (tendrá que hacer frente a unos intereses de más de 2.500 millones de dólares anuales). Pero más allá de los números mareantes, la compra resulta "un movimiento desesperado", como advierte Enrique Dans, profesor del IE Business School, que evidencia la tendencia quizás más trascendental que está viviendo la industria TI en estos momentos: las infraestructuras son cada vez menos relevantes, a favor de los intangibles. Una muestra de ello es cómo la venta de ordenadores personales lleva cayendo 14 trimestres seguidos (en el último trimestre un 7,7% a nivel mundial, según Gartner) y los servidores también dejan cada vez menos márgenes.

Muchos analistas coinciden en que la tendencia en el mercado TI corporativo es claramente el todo como servicio. La infraestructura es una commodity y la tecnología se consume como un servicio haciendo cierto aquello que preveía Nicholas Carr en su IT doesn't matter. Sin embargo, esto no implica que la tecnología haya perdido relevancia, todo lo contrario, está más cerca que nunca del negocio pero es otro tipo de tecnología: "La operación, la infraestructura, el hierro se ha comoditizado pero la innovación, las aplicaciones, la diferenciación tecnológica es más importante que nunca pero de una manera completamente distinta", dice el analista español Jaime García Cantero. "Todo indica que el sector TI está marcado por la transición hacia la variabilización de los costes, la tercerización, la ligereza y la reducción de la inversión en inmovilizado", añade Dans.

Y esto está teniendo efectos de calado en el sector TI.

El hardware, alquilado

En el mercado corporativo, los clientes finales, las empresas, cada vez compran menos hardware. "Los grandes contratos corporativos con empresas de hardware pasan a la historia, pues los clientes optan ahora por alquilar capacidad en lugar de comprar máquinas, por data centers mantenidos por especialistas, que permiten pagar únicamente por la capacidad de proceso, el almacenamiento y el ancho de banda que se requiere en cada momento, que ofrecen una seguridad muy superior (en manos de especialistas) y costes mucho más contenidos", añade Dans. De hecho, y según

La tecnología se está haciendo más 'líquida', pero lejos de perder relevancia, la está ganando. Hoy está más cerca que nunca de los negocios

Buscador de bolsas y mercados



+Ibex35 +Nasdaq +Eur / USD

Lo más leído

Cómo solucionar los problemas de cobertura móvil en tu casa

Cómo conectar el ordenador al televisor con y sin cables

Las sentencias de cláusulas suelo acelerarán las fusiones

Crea direcciones "falsas" en Gmail que son totalmente funcionales

Nuevos canales TDT: cómo y cuándo verlos y qué emitirán

Ver+

Destacamos



¿Deben las embarazadas dejar de beber alcohol?



Mas pende de un hilo



Krzysztof y Eduard



¿Una erección natural de 4 horas? No es una leyenda urbana

recomendado por



LOS ESPECIALISTAS

1 de 3



Vuelta a los orígenes (1). El arte y la infancia
EL PUENTE
Alexis Ortega



La prevención: el primer paso para gestionar una crisis
EL PULSO DE LATAM
d+i Llorente & Cuenca



Gartner, en el medio plazo cuatro de cada cinco servidores serán comprados por proveedores de servicios (Amazon, Google o proveedores locales como Telefónica) y no por clientes finales. Estos nuevos grandes compradores con su volumen de compra harán bajar los precios hasta límites insospechados y muchos de ellos incluso diseñarán su propio hardware. El efecto de esto en el mercado lo estamos viendo ya, concentración de fabricantes (como los citados Dell y EMC) y deterioro del mercado en volumen económico. Y surge una gran incógnita sobre qué va a ocurrir con la industria local, ¿pueden competir los players locales de servicio con los Google, Amazon y demás? “Parece complicado”, dice García Cantero.

‘Cloud’, movimiento esencial

En este contexto de todo como servicio, absolutamente todos los proveedores de tecnologías de la información tienen oferta en la nube, es decir, con modelos de pago por uso y prestación remota, desde los proveedores de infraestructura hasta los de aplicaciones. “Este nuevo mercado cambia las reglas de manera radical, la competencia es absolutamente global, los modelos financieros son diferentes (para un fabricante es muy diferente vender licencias que cobrar cada mes una pequeña cantidad) y ha permitido la entrada de nuevos jugadores entrantes que se han hecho enormes en poco tiempo”, comenta García Cantero. Es el caso de Amazon en infraestructuras o de Salesforce en aplicaciones, por ejemplo.

Para el profesor del IE Business School, es claro que Amazon es una de las empresas que mejor están entendiendo la evolución del sector hacia lo intangible, y por tanto una de las grandes ganadoras de este giro que vive la industria tecnológica. “El crecimiento de Amazon Web Services es impresionante, un auténtico caso de estudio, y dice mucho de la flexibilidad de una compañía que empezó vendiendo libros”. Este experto también destaca a Microsoft, pues según detalla ha llevado un proceso de reenfoco muy importante y desde que Satya Nadella asumió las riendas del gigante del software en sustitución de Steve Ballmer, la compañía tiene la nube como una de sus mayores prioridades, “y está consiguiendo ser muy competitiva en este ámbito”.



GETTY IMAGES

Por contra, los grandes perdedores son los protagonistas de aquello que se dio en llamar la informática corporativa, los suministradores de máquinas, componentes y software que ahora pasan a estar en manos de un tercero que lo alquila. “Esto es así porque los grandes competidores en la nube desarrollan su propia tecnología, escalan mejor gracias a su enfoque, y no suelen ser clientes de los suministradores corporativos porque tienden a crear sus propias infraestructuras para tener control sobre todos los aspectos que puedan ser optimizados”, continúa Dans.

Competencia en el modelo

En este nuevo entorno, el ecosistema empresarial se está conformando con grandes compañías que operan en entornos globales, rodeadas de un tejido emprendedor que va desarrollando alternativas en función de una gran cercanía al cliente, de la creatividad y detección de necesidades, etcétera. “No creo que esto cambie especialmente, simplemente se hace más eficiente”, añade el citado profesor. Lo que sí destaca el analista independiente García Cantero es que en el actual contexto la competencia está mucho más en el modelo de negocio que en el producto o servicio propiamente dicho. “Se hacen importantísimas las alianzas, los modelos de precios (con creciente presencia de lo aparentemente gratuito) y las estrategias a medio plazo”.

Cambio del rol del CIO

Desde el punto de vista de las empresas usuarias toda esta nueva tendencia se ha traducido en un cambio en el rol de los departamentos de TI. La simplificación de la compra y utilización sobre todo de las aplicaciones ha favorecido que los usuarios de negocio sean ahora los que deciden y compran tecnología. Es lo que se denomina shadow IT o tecnología en la sombra, es decir que ahora es el director de Marketing quien elige y compra la tecnología para su departamento, y lo mismo hace el financiero o el de operaciones para el suyo. “Esto transforma radicalmente el rol del director de tecnología (CIO) y le obliga a adaptarse o perder relevancia”, continúa el analista.


Más innovación

La comoditización de la operación de la tecnología libera recursos (o debería liberarlos), según advierten los expertos, para la innovación. Las grandes compañías están invirtiendo más en esta innovación tecnológica y hoy es raro encontrar una compañía de nivel Ibex que carezca de un plan de transformación digital. En este sentido, García Cantero insiste en que la tecnología por debajo se comoditiza cada vez más, “pero por arriba es cada vez más diferencial y se acerca más al negocio”.


Servicios ligeros y vivos

Ligado a todo esta evolución del sector TI es claro que la hoja de ruta de prácticamente todas las empresas del sector, tanto de hardware como de software y servicios está marcada por temas por avances como el internet de las cosas, la impresión 3D y la robótica. Pero, como advierte Dans, la sensorización de los objetos requiere componentes en general sencillos y baratos, y alternativas de conectividad que tengan sentido. “Un chip metido en una bicicleta para poderla eventualmente localizar si te la roban no puede conectarse igual que un smartphone, porque las necesidades son completamente diferentes. Esto marca un enfoque a servicios muy ligeros, casi omnipresentes, con márgenes estrechos para impulsar la creatividad de los emprendedores”.


Un informe de Accenture Interactive predice precisamente que el internet de las cosas dará paso a los servicios vivos. Según la consultora, la madurez de tecnologías como los sensores, la nube, los dispositivos inteligentes conectados y la analítica de



Las ventajas de los planes de pensiones de fondos
ERES TÚ, NO TU DINERO
Abante Asesores



Dudas ante el inicio de la temporada de resultados empresariales del 3T
INVERTIR CON ÉXITO
AFI



DE NUEVO EL DOLAR
UNA VISIÓN DESDE LOS MERCADOS
José Luis Martínez Campuzano

1 de 3

Ver+



GETTY IMAGES

datos en tiempo real permitirá a las compañías crear y distribuir a gran escala esos servicios, capaces de aprender y de adaptarse en tiempo real a las necesidades de cada cliente. Esto dará lugar a una tendencia opuesta al actual enfoque dominante de crear servicios genéricos y estáticos diseñados para el consumo masivo.

“La aparición de los living services viene dada no solo por la omnipresente digitalización de todo, sino también por lo que denominamos expectativas líquidas”, dice Mark Curtis, cofundador de Fjord, grupo dedicado a la innovación en Accenture Interactive. “Cuando los consumidores entran en contacto con una marca, como una aerolínea o un banco,

comparan su experiencia no solo con la ofrecida por las demás aerolíneas o bancos, sino también con la de cualquier compañía de servicios, como los proveedores de transportes compartidos (ride-sharing). Estos cuentan con sistemas de pago tan sencillos de usar para los usuarios que, prácticamente, resultan invisibles para ellos. Ahora, los consumidores quieren experiencias de pago como estas en todos los sectores y todos los servicios, sean o no conscientes de ellos. A este tipo de expectativas, que permean de un sector a otro, las hemos bautizado como expectativas líquidas”.

Un ejemplo de estos servicios es Wallflower, un sistema de prevención de incendios que supervisa constantemente el estado de los suministros de gas y electricidad del hogar.

Crecen los ciberataques

A medida que las empresas invierten en nuevas tecnologías como cloud, móvil o el internet de las cosas, aumenta el tipo de ataques que sufren, cada vez más sofisticados. Un estudio de HP presentado este miércoles advierte que el coste medio anual del cibercrimen ha alcanzado los 15 millones de dólares (13,2 millones de euros), lo que supone un incremento del 20% anual y del 82% comparado con 2010. Las conclusiones del trabajo también apuntan que el tiempo de media que conlleva solucionar un ciberataque es de 46 días, un incremento de casi un 30% a lo largo de los últimos seis años, con un coste medio de 1,9 millones de dólares por cada ataque que se corrige.

El estudio también afirma que algunas organizaciones están haciendo frente a los costes del ciberriesgo asociados a la detección y recuperación, mediante inversiones en servicios de inteligencia de seguridad, ya que reducen los costes de respuesta y proporcionan un significativo retorno de la inversión. Las empresas tienden a cambiar sus estrategias de seguridad desde el modelo tradicional de control de redes y de gestión de la seguridad perimetral, a uno más avanzado centrado en proteger las aplicaciones, datos e interacciones entre usuarios.

La cuestión es relevante. Así, una encuesta de KPMG a inversores institucionales de todo el mundo que revela que el 79% de los inversores podría perder el interés por empresas que han sufrido ciberataques. Y ocho de cada diez inversores considera la ciberseguridad un área prioritaria de crecimiento en las empresas. El 84% de los inversores considera que los consejos deberían dedicar más tiempo a los aspectos cibernéticos.

CincoDías | Gracias por la lectura

[» Ir a la portada para consultar toda la actualidad diaria «](#)

TE RECOMENDAMOS



“No me interesa mezclarme con gente como Zuckerberg”



ArcelorMittal, castigo elevado y con potencial



¿Interesa a los bancos vender sus inmuebles?



Nuevo billete de 20 euros a partir del 25 de noviembre



¿Dañará la crisis migratoria a Angela Merkel?



El espectacular aterrizaje de Iberia en Costa Rica



La CUP dice no a Mas



Sindicalistas de Air France intentan linchar a los...