

TOP 10 PREDICTIONS

Las 10 principales tendencias de IDC para el mercado TIC Ibérico en 2010

Rafael Achaerandio	Fernando Maldonado
Alberto Bellé	Daniel Santiago
Gabriel Coimbra	María Spinola

PREDICCIONES

1. El mercado TIC Ibérico empezará su recuperación a finales de 2010
2. El crecimiento se concentrará en algunos mercados y segmentos clave
3. La crisis cataliza la transformación del rol del CIO, la visión del CEO y los procesos de compra TIC
4. Los mercados basados en Internet se orientarán hacia las preferencias de usuario para crecer
5. Transformación de la industria TIC hacia soluciones completas
6. Telecomunicaciones: oportunidades en nuevos servicios para compensar las amenazas en los tradicionales
7. Seguridad: las amenazas, vulnerabilidades y regulaciones van a impulsar el mercado de la seguridad
8. Servicios Cloud: el cambio de paradigma se consolida
9. Las transformaciones del mercado de aplicaciones empresariales se hará patente en 2010
10. Servicios TI: el outsourcing seguirá siendo el líder

EN ESTE ESTUDIO

Estas predicciones parten del estudio de las tendencias del mercado por parte de los analistas de IDC. En este estudio se han seleccionado las diez principales tendencias que por su importancia o repercusión van a ser más visibles en 2010 en la Península Ibérica, y tendrán un impacto a medio y largo plazo.

Nuestras predicciones parten de dos premisas: (1) el mercado de TIC es un mercado global y por tanto lo que sucede en otros lugares del mundo impacta en el contexto del mercado local – los factores culturales y regulatorios juegan un papel de acelerador o inhibidor de esas tendencias - y (2) el mercado y las tendencias vendrán cada vez más marcados por la demanda que por la oferta de tecnologías de la información y de la comunicación.

Partiendo de estas dos premisas podemos describir las principales tendencias del mercado.

Además de las predicciones para 2010, IDC analiza el cumplimiento y validez de las predicciones que realizamos en 2009 para España.

SITUACIÓN ACTUAL

A continuación revisamos las predicciones que los analistas de IDC España realizamos el pasado año para el 2009:

1. El mercado TIC no se recuperará hasta 2010

IDC predijo que 2009 sería un mal año para el sector con un fuerte impacto en las inversiones tecnológicas. En 2009 no se va a producir la recuperación del sector.

Las malas perspectivas se han visto desbordadas por la realidad en un mercado TIC que cerrará 2009 con caídas del - 4%, especialmente en el segmento del Hardware.

2. Impacto heterogéneo en la industria TIC: la crisis genera nuevos retos y oportunidades

La predicción creaba un mercado convulso y complejo, en el que habría fuertes retos en muchos mercados, pero lleno de oportunidades para otros.

2009 ha dejado patente como se han producido fuertes crecimientos en determinados mercados/tecnologías a favor de otros/otras.

3. Ganadores y perdedores: la estrategia comercial se vuelve crítica

IDC predijo que 2009 sería un año complejo para los proveedores que deberían acertar con sus estrategias y afrontar la crisis con decisión.

En nuestros análisis de mercado para el 2009 hemos podido observar esta realidad con el crecimiento de dos dígitos de algunos proveedores, frente a otros que estaban creciendo en negativo.

4 La oferta tecnológica se anticipa a la crisis: La solución existía antes del problema

IDC predijo que muchas de las soluciones tecnológicas que ya existían en el mercado estaban orientadas a un contexto de crisis de reducción de costes.

2009 ha demostrado que aquellas soluciones y tecnologías orientadas a la reducción de costes y la funcionalidad (cobertura de una necesidad personal o de negocio) han tenido desarrollo a pesar de la crisis.

5. La crisis abre oportunidades para la tecnología y sus gestores (CIOs) para impactar en las organizaciones

IDC predijo que los CIOs tendrían la oportunidad de impactar e innovar en las organizaciones.

Nuestra visión es que la oportunidad ha existido, pero no se ha materializado de forma mayoritaria en el mercado; los recortes han podido sobre los programas de optimización de costes.

6. El mercado de infraestructuras tecnológicas más competido que nunca

IDC predijo que 2009 sería un año complicado para las infraestructuras TIC

Este ha sido el mercado que más ha sufrido el impacto de la crisis, aunque, de nuevo ha habido ganadores y perdedores tanto tecnológicamente hablando como en el ámbito competitivo.

7. Mobile gadgets y netbooks: tecnologías más económicas orientadas a la crisis

IDC predijo que en 2009 se generalizaría el uso de tecnologías de movilidad y netbooks.

El mercado ha crecido enérgicamente de forma alineada con las expectativas que IDC manejaba para estos mercados.

8. Nuevos modelos de provisión de tecnología en pleno desarrollo

IDC predijo el desarrollo de nuevos modelos de provisión de servicios tecnológicos

2009 ha sido sin lugar a dudas el año definitivo de la irrupción de Cloud Computing en el mercado, aunque la oferta está pendiente de evolucionar.

9. La red, clave para los nuevos servicios TI

IDC predijo que en 2009 la red se convertiría en el centro de los nuevos modelos de provisión TI hacia los clientes; consumidores o empresariales.

Cloud Computing (SaaS, PaaS o IaaS) ha situado a la red en el centro del modelo de provisión como elemento clave y crítico habilitador del servicio,

10. CAPEX vs OPEX: el Outsourcing gana momento

IDC predijo que a lo largo de 2009 las empresas redefinirían su estrategia de sourcing y la inversión se vería frenada hacia modelos de control de los costes operativos.

2009 ha sido sin duda el año del outsourcing, mercado que a pesar del contexto ha seguido creciendo aunque a menor ritmo que otros años.

VISIÓN A FUTURO

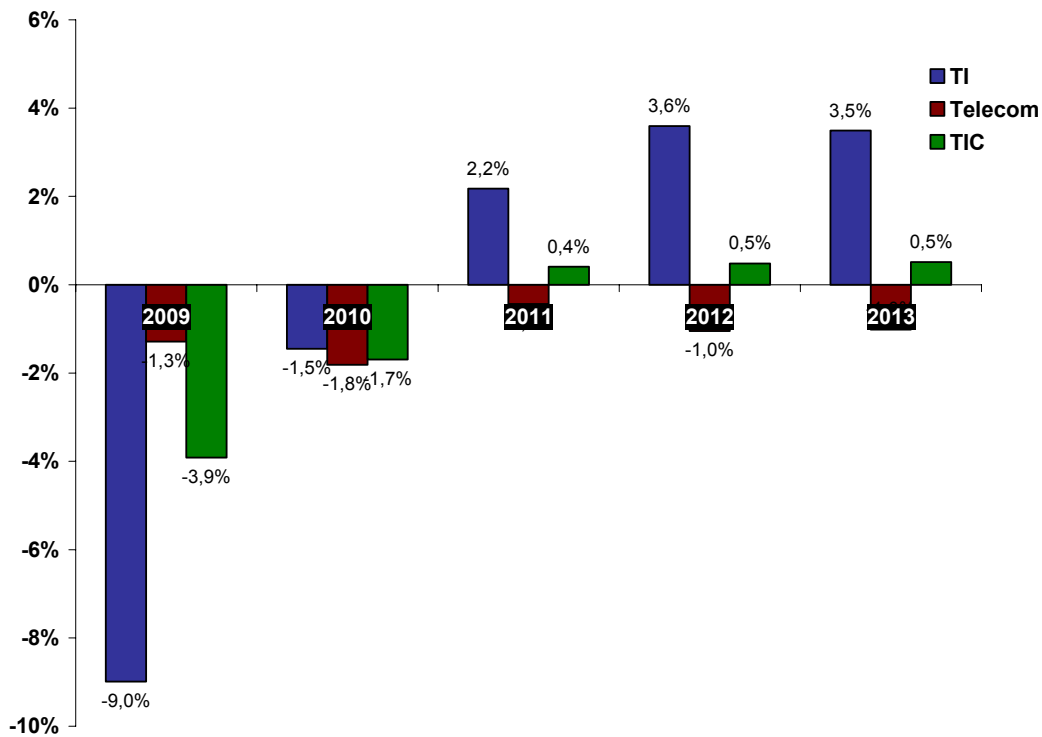
A continuación se exponen las 10 predicciones para 2010.

El mercado TIC Ibérico empezará su recuperación a finales de 2010

Después de la dolorosa contracción del mercado en 2009, el mercado ibérico iniciará su recuperación en el cuarto trimestre de 2010, tal y como se predijo en el 2008. Preveamos un crecimiento de -1,7% para el año, -1,5% para las TI y -1,8% para los servicios de telecomunicaciones. Los tres primeros trimestres seguirán siendo negativos, pero el cuarto mostrará los primeros signos positivos de recuperación.

FIGURE 1

Crecimiento Inversión TIC en la Península Ibérica, 2009 - 2013



Source: IDC, 2009

A pesar de algunas diferencias entre España y Portugal, por lo general el hardware continuará en negativo, sólo unos pocos segmentos, como netbooks, impresoras, dispositivos móviles (smartphones) y tecnologías de red a su vez, tendrán un crecimiento positivo. El software permanecerá plano: el software de infraestructura liderará el crecimiento, seguido por las aplicaciones. Las herramientas de desarrollo de software tendrán crecimiento negativo en 2010.

Los servicios TI crecerán en negativo también en el año 2010, pero con diferentes ritmos en cada segmento. Mientras el outsourcing y los servicios gestionados muestran un buen ritmo de crecimiento, la integración y consultoría sufrirá un poco más en 2010, aunque algunos proyectos finalmente arrancarán. Los servicios maduros de telecomunicaciones también decrecerán.

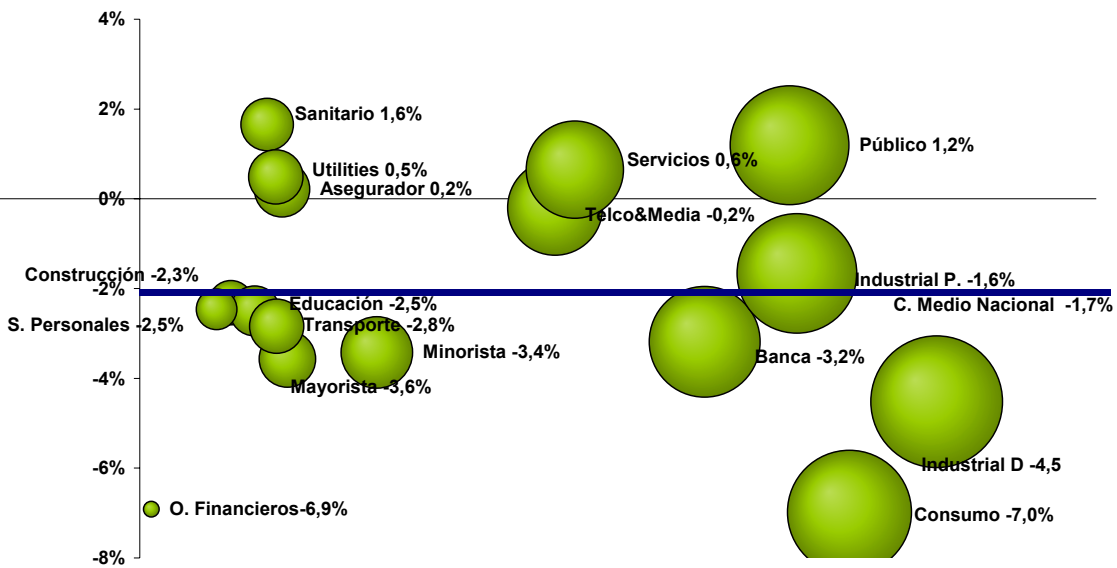
La situación económica en la Península Ibérica seguirá complicada en 2010, con alto nivel de desempleo, baja confianza de los consumidores, y con unos planes de estímulos lanzados por los Gobiernos con un impacto limitado en la recuperación.

El crecimiento se concentrará en algunos mercados y segmentos clave

El mercado en su conjunto tendrá un crecimiento negativo, aunque la nota dominante, como ha sucedido en 2009, será la heterogeneidad. El comportamiento de los mercados será diferente según el tipo de vertical, el tamaño de empresa, la región o el segmento TIC.

FIGURE 2

Crecimiento en el gasto TI en la Península Ibérica por mercado vertical en 2010



Source: IDC, 2009

La oferta tendrá que identificar las áreas de oportunidad en cada segmento y posicionarse como proveedores líderes para capitalizar el crecimiento localizado en dichos segmentos. Hay muchos criterios de segmentación, así como diferencias entre España y Portugal, pero al menos un proveedor debe considerar los que aparecen a continuación:

Por vertical:

- Sanidad, utilities, energía, seguros, telecomunicaciones, servicios de negocio, y AAPP tendrán un rendimiento superior al promedio
- Consumo, fabricación y servicios financieros serán los que peor comportamiento muestren

Por segmento de negocio:

- Seguridad, virtualización, comunicaciones unificadas, movilidad, netbooks, crecerán
- Integración, herramientas de desarrollo, infraestructura física TI (servidores, almacenamiento físico), etc., tendrán un comportamiento peor

Por tamaño de empresa:

- Las PYMEs, en particular las microempresas, seguirán sufriendo en 2010
- Las grandes empresas, y dentro de ellas, las que se acerquen a un tamaño mediano, tendrán mejor rendimiento en 2010

Por región:

- Cataluña, Valencia y el norte de Portugal tendrán peor comportamiento
- Madrid, Lisboa, Aragón y Extremadura tendrán mejor comportamiento

En cualquier caso, es altamente recomendable realizar una aproximación individual a cada cuenta, así como un estudio de la cuota sobre el presupuesto de cada cliente corporativo (Wallet Share Analysis), pues la crisis ha hecho que la excepción se convierta en la regla.

La crisis cataliza la transformación del rol del CIO, la visión del CEO y los procesos de compra TIC

Las TIC siguen contribuyendo a la ventaja competitiva y la eficacia operacional. Los mandos directivos están de acuerdo con la necesidad de las TIC para el crecimiento del negocio. Sin embargo, las necesidades están cambiando constantemente, y por tanto también lo hacen las tecnologías asociadas. Al mismo tiempo, los negocios están exigiendo cada vez más a las inversiones tecnológicas, tanto seguridad como fiabilidad.

A pesar de la confianza en las TIC, las limitaciones presupuestarias presentes en el 2009 van a continuar en 2010, aunque en distinto grado. Pero hay algo importante que ha cambiado desde el año pasado: hay menos incertidumbre acerca de dónde estamos. También hay muchas necesidades que no se han satisfecho en 2009. Los CIOs tienen claro que necesitan hacer más con menos, y los responsables de negocio y los CEOs van a necesitar todavía más a las TIC para mitigar el impacto de la reducción de inversiones, mano de obra, etc.

En 2010 los mandos directivos van a implementar soluciones TIC para mejorar la competitividad. Los CIOs están, sin embargo, más preocupados por la reducción de costes, debido a su responsabilidad en la mejora de las operaciones y la eficiencia interna, en comparación con otros responsables fuera de las TIC.

Prioridades de negocio para 2010

Las máximas prioridades de las unidades de negocio en la Península Ibérica son mejorar la productividad y conseguir vender más productos y servicios a los clientes existentes. Introducir o mejorar los productos y servicios es por tanto fundamental, así como mantener una colaboración más estrecha con los socios y proveedores en cada sector. Otros aspectos como la reducción del riesgo tienen menor importancia en este momento.

Hay que aclarar que las prioridades de negocio varían según el sector. Por ejemplo, las empresas del sector financiero están más preocupadas por reducir los costes que por el aumento de los ingresos. Las empresas de fabricación y distribución, por otro lado, están más preocupadas por aumentar los ingresos, dado que ya están funcionando con márgenes reducidos o ya han llevado a cabo acciones de reducción de costes.

La transformación del proceso de compra TIC

Hay menos proyectos, mayores retos, y más gente participando, decidiendo y prescribiendo tecnología en los "equipos de compras TIC", lo que supone más personas a las que vender. A continuación mostramos algunos resultados de nuestros estudios más recientes:

En la demanda:

- Hasta un 40% de los CIOs (responsables de TIC) dependen de otras unidades que no son el CEO
- Más del 50% de los compradores de TIC indicaron que crear una justificación de negocio fue el mayor problema para la aprobación de proyectos TIC
- El 42% de estos compradores indicaron que habían cambiado de proveedor como consecuencia de la relación con los comerciales
- Los aspectos organizativos son en muchas ocasiones el problema para realizar ventas "efectivas" de tecnología

En la oferta:

- ☒ Tan sólo el 53% de la fuerza de ventas de los proveedores TIC tiene alguna experiencia sectorial previa
- ☒ El 54% de los proveedores TIC tiene algún mecanismo para asegurar que los materiales de marketing tienen contenidos críticos y relevantes para el cliente, pero el 90% de esos materiales tienen foco en el producto
- ☒ El 56% de los proveedores TIC tienen programas de canal verticales específicos

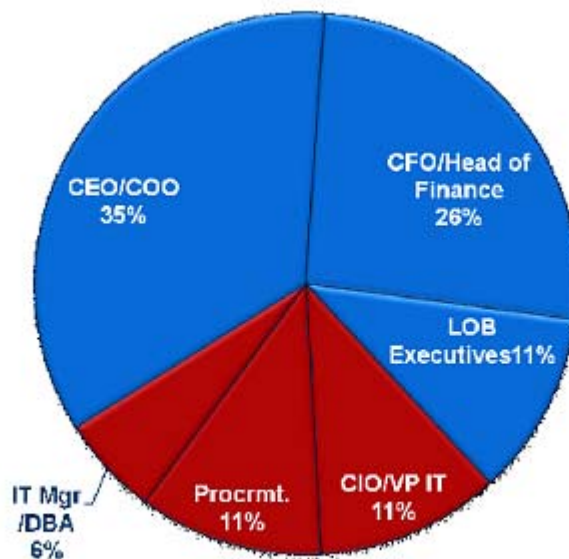
CIOs y CXOs tienen diferentes visiones sobre el rol que deberían jugar los proveedores TIC. Ambos están de acuerdo en que los proveedores deberían ser capaces de reducir los tiempos de implementación de las soluciones; si bien, a los CIOs les gustaría que los proveedores incorporaran su estrategia de negocio en las soluciones TIC que comercializan, mientras los CXOs desearían contar con mayor soporte en la formación a sus empleados para utilizar las nuevas soluciones de forma eficiente.

Como resumen, los proveedores necesitan alinear las necesidades de negocio de sus clientes en los procesos de venta tecnológica, buscar las justificaciones de negocio de las inversiones y buscar retornos de los proyectos/propuestas. Y por último pero no por ello menos importante, competir con una fuerza de ventas alineada y una estrategia de *go to market* competitiva para ser un ganador este año.

La realidad muestra que hay mucho por hacer:

FIGURE 3

Mi equipo de ventas se siente menos cómodo vendiendo a:



Source: IDC, 2009

Los mercados basados en Internet se orientarán hacia las preferencias de usuario para crecer

En los años precedentes hemos presenciado un crecimiento desigual de estos mercados, desde el comercio electrónico, servicios de localización, publicidad por Internet, hasta la industria de contenidos digitales.

La industria va a continuar la persecución de la piratería ante la erosión sostenida de ingresos. No obstante, al mismo tiempo el mercado ha desarrollado nuevas formas de entrega de contenidos que desincentivan progresivamente el uso de la piratería y capturan ingresos a través de un alineamiento con las preferencias del usuario. Un ejemplo es la emergencia de servicios de streaming. Durante este año veremos que se profundizará en el desarrollo de estos modelos.

Los servicios de publicidad online se apalancan más en las redes sociales, menos intrusivas y más susceptibles de ser aceptadas por el usuario. Nuevos modelos publicitarios basados en contenidos, movilidad y contextos están emergiendo, desplazando los modelos online más tradicionales.

El comercio electrónico continuará su crecimiento, de forma que las empresas con presencia en Internet potenciarán su presencia con herramientas para realizar transacciones. Las economías de escala del comercio on-line en el contexto actual favorecerán su desarrollo.

La multicanalidad continuará su crecimiento en todo tipo de organizaciones, tanto administraciones públicas (mejor relación con el ciudadano, implantación progresiva de la administración electrónica), como en las empresas (menor coste de transacción, potenciación del autoservicio).

Los servicios basados en la localización todavía se encuentran en un nivel incipiente de adopción. El mercado está produciendo aplicaciones cada vez más atractivas para el usuario. A medida que se desarrollen las garantías de privacidad, y se le proporcione al usuario control sobre su propia visibilidad, se producirá una aceptación creciente de estos servicios.

Transformación de la industria TIC hacia soluciones completas

Los proveedores de tecnología están ampliando su oferta tecnológica en dos direcciones: por un lado, evolucionando para convertirse en proveedores de soluciones completas TIC y, por otro lado, posicionándose en la nube, ahora que se está definiendo el marco competitivo. De esta forma, están buscando aumentar sus ingresos y márgenes, a la vez que proporcionan al cliente una respuesta ante sus necesidades de gestión de las TIC, que es cada vez más compleja.

Esta estrategia se está traduciendo en una serie de acciones corporativas de fusiones y adquisiciones, o bien alianzas estratégicas. Estas acciones se están realizando a nivel global, pero tienen un impacto claro a nivel local en la Península Ibérica, tanto para los proveedores locales, como para los clientes. Los movimientos se están produciendo a tres niveles:

- ☒ Proveedores de hardware, software y tecnología de red: en una primera fase, están adquiriendo empresas y realizando alianzas en áreas complementarias, para expandir sus capacidades, complementando esta actividad con el desarrollo interno de capacidades.
- ☒ Proveedores de hardware y equipamiento TI: están realizando adquisiciones y alianzas de empresas de software, así como de equipamiento de red, y esta actividad continuará
- ☒ Fabricantes de software: se ha producido alguna adquisición de equipamiento de equipamiento de datacenter y muchas alianzas. Existen candidatos para más adquisiciones
- ☒ Fabricantes de equipamiento de conectividad: se han producido alianzas con proveedores de equipamiento de centro de datos y almacenamiento

Es previsible que aumente esta actividad de fusiones y adquisiciones así como alianzas, hasta que se consoliden grupos con ofertas completas. En una segunda etapa, veremos algunos movimientos de entrada en el segmento de servicios.

- ☒ Proveedores de servicios/consultoras: han sido tradicionalmente agnósticos desde un punto de vista tecnológico. En el contexto de reconfiguración en torno a ecosistemas de ofertas globales, tendrán que posicionar su oferta, y prepararse para un marco competitivo más intenso.
- ☒ Operadores de telecomunicaciones: varios de ellos ya están presentes en los mercados anteriores, ofreciendo infraestructura tecnológica en modo servicio, hosting y externalización de servicios. Veremos cómo expanden su oferta en estas áreas, con acuerdos con actores TI, y enriqueciendo sus ecosistemas de aplicaciones. También profundizarán en la entrega de tecnología, en modo servicio / cloud. Los operadores capitalizarán su posición de interlocución con el cliente final.

Todos los actores anteriores, también tendrán que avanzar en su posicionamiento en la nube.

Los proveedores de equipamiento tendrán que complementar su oferta tradicional con la oferta en la nube, buscando nuevos ingresos y minimizando la erosión de los ingresos tradicionales. Al mismo tiempo, sus alianzas con otros proveedores de tecnología tendrán que ser compatibles con su posicionamiento en la nube.

Los operadores de comunicaciones buscarán en la nube los ingresos adicionales que compensen la caída de los ingresos por las comunicaciones tradicionales. Los operadores buscarán ofertas completas buscando posicionarse como interlocutor único hacia el cliente.

Estas alianzas tendrán su repercusión en el cliente en dos formas:

- ☒ Una oferta más completa que absorberá parte de la complejidad, y tendrá una repercusión en una mayor competitividad en precio.
- ☒ Una necesidad de adecuarse al punto de partida de los usuarios, que tienen una variedad de tecnologías, algunas de proveedores que tradicionalmente han sido socios, y ahora son competidores. Para adecuarse al nuevo marco de ecosistemas tecnológicos los proveedores tendrán que proveer una hoja de ruta tecnológica adecuada.

Telecomunicaciones: Oportunidades en nuevos servicios para compensar las amenazas en los tradicionales

Los operadores tendrán que esforzarse en proteger sus ingresos en un marco competitivo creciente, a la vez que acelerar la generación de ingresos en las áreas de oportunidad, como la banda ancha móvil, la orientación a servicio y el cloud computing.

El marco competitivo va a continuar su endurecimiento, de forma que los ingresos por los servicios tradicionales de voz y parte de los datos continuarán su erosión en un contexto económico adverso.

Esta situación la podemos ver en servicios como el Naked DSL, donde los operadores alternativos están realizando ofertas agresivas para ganar cuota reduciendo o eliminando la cuota de línea fija, en el caso de las comunicaciones fijas. En el segmento móvil, veremos un aumento de tarifas semiplanas, así como de ofertas todavía más agresivas a corto plazo ligadas a compromisos de permanencia

Al mismo tiempo, se abren nuevas oportunidades en varios aspectos:

- Los fabricantes de PCs van a seguir una estrategia de hipersegmentación: vamos a presenciar la coexistencia de diferentes factores de forma (portátiles, netbooks, tablet PC, sobremesa), cubriendo todos ellos un amplio abanico de precios para llegar a todos los segmentos de usuario. Esto va a propiciar que cada vez más consumidores se planteen el incorporar conectividad móvil a sus equipos.
- Los smartphones y los terminales con conectividad a Internet también crecerán significativamente, lo que va a crear nuevas oportunidades de uso y conectividad y, por tanto, aumentar los ingresos por usuario. En el segmento empresarial, la inteligencia de negocio llegará de forma generalizada a los terminales móviles, así como la integración con los procesos de negocio y la automatización.
- La cobertura de banda ancha móvil continuará su evolución (HSPA+, LTE) y llegará a rivalizar con la banda ancha fija en algunos casos. Los operadores prestarán cada vez más atención al tráfico de datos en las redes móviles y a la

posible necesidad de soluciones de backhaul, para satisfacer las expectativas de los usuarios.

El aumento de dispositivos y cobertura impulsará el mercado de banda ancha móvil, y 2010 será el año del despegue de la opción de BAM prepago. La segmentación que traerá la proliferación de dispositivos móviles se traducirá en una mayor demanda de opciones de uso de BAM, lo que hará que los operadores comiencen a apostar con mayor fuerza por el modo prepago.

El crecimiento de la base instalada de dispositivos hará que aparezcan también nuevas formas de comercialización, no solamente asociadas a PCs y terminales telefónicos, sino a otros dispositivos como el libro electrónico. Es posible que proveedores de equipamiento opten por ofrecer marcas blancas o propias de conectividad.

Por último, emergerá el mobile cloud, que expandirá el uso de aplicaciones a usuarios con terminales menos sofisticados (es suficiente con la navegación). Veremos un posicionamiento creciente de los diferentes actores en esta área.

Seguridad: las amenazas, vulnerabilidades y regulaciones van a impulsar el mercado de la seguridad

El entorno de crecimiento en número y sofisticación de amenazas, unido al aumento de las vulnerabilidades por parte de las organizaciones, van a generar una respuesta en forma de mayor regulación. Estos factores van a impulsar el mercado de la seguridad, y su oferta en modo servicio.

En primer lugar, el cibercrimen sigue evolucionando. Primero cambió su naturaleza, pasando de buscar la atención a buscar un beneficio económico. Ahora se ha producido su industrialización. Esto se traduce en una evolución de los ataques:

- ☒ Mayor sofisticación: se utilizan técnicas como la inyección SQL, para las que muchas organizaciones no están preparadas, o desconocen su impacto
- ☒ Mayor potencia: se está generalizando el uso de botnets, o redes de equipos/robots infectados y controlados remotamente, que se ejecutan de manera autónoma y automática. La disponibilidad de esta capacidad amplifica la potencia de los ataques, y su impacto puede ir más allá de los sistemas informáticos, pudiendo extenderse a los suministros básicos de la población.
- ☒ Diferente naturaleza: La automatización de los ataques hace que todas las organizaciones, independientemente de su negocio, sean susceptibles de ser atacadas. Así mismo, la rotación de las técnicas de ataque hace probable que muchas vulnerabilidades se terminen encontrando.

El contexto económico adverso también ha afectado a la economía del cibercrimen, con caídas de precios de los contenidos robados, por lo que es esperable un crecimiento de la delincuencia informática (como ya hemos observado este año).

En segundo lugar, las organizaciones cada vez tienen mayores vulnerabilidades:

- Las empresas y organizaciones cada vez utilizan más la red: hay más herramientas colaborativas, el outsourcing crece, el uso de cloud computing va a seguir aumentando, y cada vez hay más dispositivos conectados.
- La digitalización de la información sigue en marcha. Esta información reside tanto en servidores como en PCs o dispositivos de almacenamiento USB, y en muchos casos no se conoce en detalle su ubicación.
- Los empleados utilizan cada vez más las redes sociales y herramientas Enterprise 2.0, y también navegan cada vez más en el lugar de trabajo. Dado que hay una proporción creciente de los sitios web "lícitos" que están infectados, ahora es el propio empleado el que va hacia la amenaza y no al revés.

Las implicaciones de los ataques se puede extender a la cadena de valor, y las consecuencias y responsabilidades asociadas a un ataque pueden ser económicamente imprevisibles.

En tercer lugar, esto va a impactar el marco regulatorio:

La respuesta a este contexto de amenazas y vulnerabilidades crecientes se traducirá en un aumento de regulaciones y normativas, principalmente a tres niveles: gubernamental (legislación española), internacional, y autorregulación sectorial.

El aumento y complejidad de las normativas hará cada vez más difícil su cumplimiento, particularmente en el caso de empresas multinacionales que tienen que cumplir con regulaciones de varios países. Varias organizaciones han optado por una gestión del riesgo, de forma que se asignan los recursos de seguridad a los activos con mayor riesgo.

La presión ejercida por los tres factores principales que crecen conjuntamente (amenazas, vulnerabilidades y regulación) va a traducirse en una mayor complejidad en la gestión de la seguridad. Muchas organizaciones van a ver que sus recursos son insuficientes, y van a plantearse utilizar servicios gestionados de seguridad. Aunque la externalización completa de la seguridad está todavía lejos en muchos casos, porque supone revelar información muy confidencial, sí se puede esperar una gestión cada vez más integrada, herramientas cada vez más amplias en cobertura, y una mayor orientación a servicio.

Servicios Cloud: el cambio de paradigma se consolida

En 2010 los servicios Cloud comenzarán a ser adoptados por el segmento de empresas más innovadoras y, aunque el modelo sigue madurando, no alcanzará la mayoría temprana de usuarios - segmento de empresas más numerosas y que invierten con mayor pragmatismo. Este segmento de empresas mantendrá una posición de "esperar y ver" como evoluciona el mercado. No obstante, la situación económica actual, las primeras referencias positivas en el mercado y las economías de escala que genera (en los proveedores) el modelo acelerarán la demanda de estos servicios.

La oferta Cloud irá aumentando en maduración: los usuarios demandan una mayor escalabilidad y granularidad de los servicios en la nube, que les permita utilizarla de acuerdo con sus necesidades. Asimismo, la oferta aumentará su esfuerzo en superar factores inhibidores importantes como, la necesidad de desarrollar estándares que reduzcan el lock-in (bloqueo del comprador) y aspectos vinculados a la seguridad.

Distintos servicios Cloud mostrarán distintos grados de adopción pero en todos ellos comenzarán las inversiones reales: el software como servicio (SaaS) seguirá siendo la punta de lanza de los servicios Cloud, pero 2010 también verá actividad en torno a las plataformas como servicio (PaaS) y las infraestructuras como servicio (IaaS). Por ejemplo, la seguridad como servicio verá un incremento tanto del número de proveedores que lo ofertan como de la competencia entre ellos por un mercado que en 2010 experimentará un fuerte crecimiento.

Los servicios Cloud comienzan a impactar en todos los agentes del mercado TI ya sean fabricantes de software, proveedores de servicios o el canal de distribución.

- ☒ Fabricantes de software. En general, los principales fabricantes de software mantendrán una aproximación híbrida, ofreciendo una combinación de ambos modelos a los usuarios (modelo tradicional de servidor local y el modelo como servicio). Los fabricantes de software que todavía no han lanzado sus ofertas SaaS al mercado lo harán, en un elevado porcentaje, este año, especialmente en el terreno del ERP.
- ☒ Proveedores de servicios. Durante los últimos años los proveedores de servicios han lanzado prácticas especializadas sobre Cloud, pero en 2010 las incluirán en su cartera de servicios dejando de ser un añadido ocasional para formar parte del cuerpo principal de la oferta.
- ☒ Canal. La gran incógnita de este modelo durante los últimos años ha sido el canal. 2010 verá como surge una nueva tipología de empresas que nacen con vocación de convertirse en el canal SaaS, lo que provocará una tibia reacción del canal tradicional.

La plataforma como servicio (PaaS) va a ser un área de creciente prioridad para los actores, sobre todo los que son “nativos” de la nube, dado que va a determinar en gran medida la creación de ecosistemas de aplicaciones

El nuevo modelo abre la puerta de entrada a nuevos jugadores en el mercado. La presencia de operadores de telecomunicaciones y proveedores de servicios de Internet en el mercado se intensificará en 2010. En España será especialmente relevante la actividad de los operadores de telecomunicaciones que ampliarán el abanico de servicios Cloud existente. En un plano global, IDC observa como la competencia sobre los servicios Cloud se organizará en torno a ecosistemas de empresas donde los proveedores de Internet tendrán un papel muy activo, lo que también repercutirá en el mercado nacional.

Las transformaciones del mercado de aplicaciones empresariales se hará patente en 2010

El mercado de aplicaciones empresariales estará sometido a múltiples transformaciones que, si bien tomadas de forma individual representan pequeños cambios, vistas en conjunto conlleva una transformación del escenario competitivo. IDC predice una intensificación de los siguientes cambios:

- ☒ **Concentración del mercado:** el mercado de aplicaciones empresariales español se encuentra actualmente muy fragmentado en el segmento PYME con presencia de múltiples fabricantes locales de nicho. Sin embargo, la actual crisis económica va a comprometer el futuro de muchos de ellos - los costes de adquirir nuevos clientes se disparan, dificultades para construir canal propio, competencia muy agresiva en precios, etc. 2010 será un punto de inflexión para los proveedores locales que tendrán que decidir si siguen en el mercado o no. Mientras tanto los grandes proveedores irán ganando cuota.
- ☒ **Nuevos modelos de entrega:** los nuevos modelos de entrega del software empiezan a ganar peso dentro del mercado y en especial en el segmento SOHO. 2010 verá como se intensifica la competencia en este segmento de mercado mediante el lanzamiento de distintas aplicaciones en modo SaaS.
- ☒ **Nuevos modelos de licenciamiento:** dos grandes rupturas con los esquemas de precios precedentes como son el software libre y los modelos SaaS están provocando la revisión por parte de los usuarios de sus esquemas de precios. Aunque incipientes, en términos de volumen de mercado, los nuevos modelos han modificado definitivamente los esquemas de precios de los fabricantes de software: el pago por suscripción, basado en resultados o el pago por uso se impone en el mercado.
- ☒ **Modelos de innovación abiertos:** los nuevos modelos de desarrollar software (ej. Software libre) ponen de manifiesto la necesidad de buscar el desarrollo de software más allá de las fronteras de la propia empresa. Los partners se convierten en la mejor vía para acelerar la verticalización de las aplicaciones y

2010 verá como se intensifica la especialización de distintos partners por verticales.

- ☒ Redefinición del canal: a medida que las aplicaciones empresariales madura, el papel del canal gana peso en el mercado. En un escenario económico como el actual los principales proveedores están redefiniendo su estrategia de canal y se fomentan los modelos P2P (Partner to Partner). Si en 2009 se han hecho los cambios sobre el papel, en 2010 veremos como se implementan.
- ☒ La movilidad se convierte en la norma: el acceso a las aplicaciones por medio de dispositivos móviles deja de ser la excepción para convertirse en la norma, pasando a formar parte de la oferta de los proveedores.
- ☒ Estrategias de cross selling (SOA como facilitador): El coste de adquirir nuevos clientes está aumentando y con el salto a las arquitecturas orientadas a servicios los costes de integración están disminuyendo, lo que permitirá estrategias más agresivas de cross selling o la coexistencia de competidores en un mismo cliente. 2010 será un año que comenzará con estrategias defensivas por parte de los principales proveedores.

Servicios TI: El outsourcing seguirá siendo el líder

La reducción de costes seguirá siendo el principal motor para las inversiones en servicios TI durante 2010: en la medida en que los presupuestos de TI permanezcan en los niveles de 2009 la reducción de costes será la principal justificación para la inversión.

- ☒ El outsourcing tendrá un papel preponderante en los ingresos de los proveedores.
- ☒ Las empresas no se embarcarán en grandes proyectos TI hasta que no existan signos claros de recuperación económica.
- ☒ A finales de 2010 la tipología de proyecto podría cambiar hacia acciones no tanto de reducción táctica de costes sino iniciativas más estratégicas y de corte innovador.

El acceso al capital seguirá siendo difícil en 2010, lo que continuará impulsando las soluciones en modo servicio frente a la inversión en capital. Veremos una descapitalización gradual de las TI a favor del modo servicio, así como una mayor sensibilidad a las ventajas de negocio de este modo de entrega.

Los clientes exigirán a los proveedores soluciones globales pero infraestructura local. Ambos elementos obligarán a forjar nuevas alianzas en el lado de la oferta para satisfacer estas necesidades. Éste será el motor del crecimiento del tamaño de los proyectos. Simultáneamente, los clientes preferirán presencia local, por seguridad, y en algunos casos para cumplir exigencias legales.

La consolidación de los presupuestos TI conllevará una reducción del número de proveedores. Los usuarios reducirán su lista de proveedores pasando de trabajar con muchos proveedores a hacerlo con un menor número de socios.

Los proyectos también se consolidarán, lo que causará que algunos aumenten de envergadura.

Habrá mayor dificultad para los proveedores de nicho para llegar a los clientes.

Los nuevos modelos de pago por uso (Cloud/SaaS) se expanden a los servicios. Un efecto del posicionamiento comercial de Cloud/SaaS es su extensión al mundo de los servicios en la forma de modelos de pago por resultado. Estos modelos permiten una mayor flexibilidad para adaptarse a las condiciones de mercado mediante una mayor escalabilidad. 2010 verá como se crean nuevos modelos de pago a lo largo del mercado de servicios y más específicamente en el mercado de outsourcing.

Existen nichos de mercado que experimentarán crecimiento durante 2010. Por ejemplo, los servicios de testing y aseguramiento de la calidad del software están en auge y durante 2010 veremos un incremento de la competencia en este segmento de mercado.

Copyright Notice

This IDC research document was published as part of an IDC continuous intelligence service, providing written research, analyst interactions, telebriefings, and conferences. Visit www.idc.com to learn more about IDC subscription and consulting services. To view a list of IDC offices worldwide, visit www.idc.com/offices. Please contact the IDC Hotline at 800.343.4952, ext. 7988 (or +1.508.988.7988) or sales@idc.com for information on applying the price of this document toward the purchase of an IDC service or for information on additional copies or Web rights.

Copyright 2009 IDC. Reproduction is forbidden unless authorized. All rights reserved.