

#DEBATE IT

La madurez del cloud en España afronta nuevos retos en 2026, a medida que la inteligencia artificial y la necesidad de soberanía digital redefinen las estrategias de partners y fabricantes. En este debate profundizamos en el papel que juega la nube en la estrategia de los partners, la transición que se está produciendo en el canal hacia modelos de prestación de servicios gestionados, la evolución de las arquitecturas de nube y el movimiento de la IA hacia entornos Edge, con expertos de Ingram Micro, IONOS Cloud, Red Hat y Schneider Electric.

EL FENÓMENO CLOUD, EN EL CORAZÓN DE LA ESTRATEGIA DE LOS PARTNERS



DEBATE IT >> Analizamos cómo están evolucionando las estrategias cloud de los partners españoles, el rol de los mayoristas como orquestadores en el canal y otras tendencias relacionadas con la nube, con expertos de Ingram Micro, IONOS Cloud, Red Hat y Schneider Electric.

La transformación digital en las empresas españolas ha alcanzado un punto de madurez donde el cloud computing ya no se percibe como una simple herramienta de almacenamiento, sino como el motor fundamental de la competitividad y la innovación. En un entorno condicionado por la situación geopolítica y la rápida irrupción de la inteligencia artificial, el canal asume el papel crítico de orquestador de infraestructuras cada vez más complejas. La transición de los partners desde los modelos transaccionales tradicionales hacia la prestación de servicios gestionados y la especialización en arquitecturas multicloud definen el presente de un sector que busca garantizar la soberanía del dato y la eficiencia energética. Debattimos sobre estos y otros temas junto a Pablo Ruiz, director cloud de Ingram Micro; Guillermo Arana, manager de IONOS Cloud España; Javier García, Ecosystem sales senior manager de Red Hat para Iberia; y Patricia Pérez, Secure Power IT & ET channel sales manager en Schneider Electric para España y Portugal.

ESTADO DEL CLOUD EN EL MERCADO ESPAÑOL

El debate comienza analizando el nivel de madurez tecnológica en España

frente a otros países europeos, destacando una brecha que, aunque persistente en el segmento de las pymes, muestra signos de aceleración gracias a factores externos.

Para Pablo Ruiz, de Ingram Micro, la situación actual refleja que todavía queda un largo camino por recorrer, especialmente considerando que solo el 20% de sus 6.000 partners habituales operan plenamente en el modelo cloud, y muchos en fases muy incipientes de migración o SaaS básico. Anticipa que en 2026 la migración será casi forzosa: “el modelo de cloud sí o sí” se impondrá no solo por voluntad tecnológica, sino por la escasez de

componentes físicos y la dificultad de gestionar datos localmente.

Por su parte, Guillermo Arana, de IONOS Cloud, coincide en que, tras el entusiasmo inicial de “todos a la nube”, ahora prima la búsqueda de rentabilidad y cercanía. Destaca que los retrasos de hasta seis meses en el suministro de servidores físicos están empujando a las empresas hacia el pago por uso para mantener sus desarrollos operativos, afirmando que “las empresas necesitan una cloud que sea muy rentable, muy loca” para cumplir con las expectativas de negocio.

Desde la perspectiva de Red Hat, Javier García identifica dos fases



en la adopción: una de exploración masiva inicial y otra, la actual, mucho más madura y estratégica. Mientras que las pymes muestran mayor retraso, las empresas del IBEX y grandes corporaciones ya operan con altos ratios de consumo multicloud. Sostiene que el mercado está girando hacia “un enfoque mucho más intencional, mucho más estratégico”, donde se analiza qué carga debe ir a la nube y para qué fin específico.

Finalmente, Patricia Pérez, de Schneider Electric, atribuye el desarrollo desigual del cloud al tejido empresarial español, pero ve una tendencia clara hacia los entornos mixtos. Enfatiza que el valor del partner reside en su capacidad de consultoría, ya que “no se trata de vender la tecnología y el cloud como tal, sino entender la necesidad del cliente”, permitiendo así diseñar arquitecturas híbridas que respondan a retos empresariales reales.

“ EL CANAL DEBE EVOLUCIONAR PARA ASESORAR EN LA VENTAJA COMPETITIVA DE MIGRAR A LA NUBE ”

PABLO RUIZ,
director Cloud de **Ingram Micro**

Para el directivo de IONOS, es vital contar con proveedores locales que garanticen el cumplimiento total del RGPD, ya que “contar con proveedores que estén en local y que salvaguarden el dato de nuestros clientes finales es importantísimo” ante la posible repatriación de datos.

En este punto, Pablo Ruiz señala que, a pesar de la demanda de entornos híbridos, la industria aún enfrenta el reto de lograr una gestión simplificada, ya que no hay consolas únicas para manejar la diversidad de plataformas existentes. Advierte sobre la complejidad técnica para las pymes y la importancia de la seguridad en este nuevo escenario, recordando que “no existe una plata-

“ LAS EMPRESAS NECESITAN UNA CLOUD QUE SEA MUY RENTABLE, MUY LOCAL Y SOBERANA ”

GUILLERMO ARANA,
manager de **IONOS Cloud**
España

latencia o el compliance, entre otros factores.

El papel del distribuidor es, según Pablo Ruiz, de Ingram Micro, fundamental para aportar el conocimiento necesario en la orquestación de estos modelos. Insiste en que la conversación ha pasado de la facilidad de migrar al valor que se obtiene con ello, afirmando que el canal tiene como papel fundamental asesorar al cliente, “tanto a nivel tecnológico como de negocio”.

Javier García, de Red Hat, introduce la dimensión del Edge Computing, señalando que aplicaciones intensivas en cómputo, como la IA, obligan a decidir si los datos se procesan en la nube o en el borde. Defiende el código abierto como el estándar para



IA E INFRAESTRUCTURAS HÍBRIDAS

La inteligencia artificial actúa como un catalizador que obliga a replantear las arquitecturas de datos, consolidando el modelo híbrido como la solución más viable para equilibrar el rendimiento, la seguridad y el control de costes.

Guillermo Arana subraya que la hibridación y el multi-cloud son tendencias irreversibles, donde la soberanía del dato es el factor diferencial, especialmente con el auge de la IA.



forma o un modelo de gestión único para ese entorno” tan heterogéneo.

ORQUESTACIÓN Y EL POTENCIAL DEL EDGE

La gestión inteligente de entornos multicloud requiere un canal capaz de asesorar sobre dónde ubicar cada carga de trabajo, determinando cuidadosamente cuándo debe trasladarse la capacidad de cómputo hacia el Edge por cuestiones como la

España todavía tiene margen de crecimiento en cloud de pago, pero ya destaca en servicios avanzados; mientras que la IA está abriendo una ventana clara para los partners tecnológicos.

El **Observatorio Cloud Nation 2026** de Aire analiza el estado del cloud en las empresas españolas y recoge las principales claves sobre adopción, brechas sectoriales, talento, seguridad, inteligencia artificial y soberanía del dato.

Si estás tomando decisiones este informe te interesa.

Descarga el Observatorio gratis



“ LA SOBERANÍA DIGITAL EUROPEA DEBE BASARSE EN TECNOLOGÍAS DE ESTÁNDARES ABIERTOS ”

JAVIER GARCÍA,
Ecosystem sales senior manager de **Red Hat** para Iberia

ciones de baja latencia, en sectores como Retail o Sanidad. Asegura que “esta tendencia que va a venir ahora, del Edge, muy impulsada por la IA” requerirá una cercanía al usuario final que solo el canal puede ofrecer.

LA REALIDAD DE LA SOBERANÍA DIGITAL

Frente al dominio de los hiperescalares estadounidenses, está aumentando la percepción de que se debe impulsar un modelo de soberanía digital europea que garantice el control efectivo sobre la información sensible, y esto es especialmente relevante en el ámbito cloud.

Guillermo Arana afirma que la soberanía no es un concepto vacío, sino una necesidad real para evitar riesgos lega-

“ NO SE TRATA DE VENDER CLOUD, SINO DE ENTENDER EL RETO EMPRESARIAL DEL CLIENTE ”

PATRICIA PÉREZ,
Secure Power IT & ET channel sales manager en **Schneider Electric** España y Portugal

en la naturaleza de la tecnología utilizada. Aboga por estándares abiertos para evitar el bloqueo del proveedor (vendedor lock-in), señalando que lo crucial es “construir tecnología basada en estándares abiertos y basada en soluciones open source” para mantener la continuidad del negocio, independientemente de decisiones externas.

Pablo Ruiz, de Ingram Micro, añade que la geopolítica ha despertado esta necesidad en Europa, aunque falta un modelo de inversión a gran escala para competir con los gigantes de EE. UU., donde reside más del 90% de las cargas cloud mundiales. Según Ruiz, “poder competir con los grandes hiperescalares pasa por una inversión europea”, aunque reconoce que



construir arquitecturas consistentes ya que, en su opinión “construir en una única arquitectura, desplegar en Edge o en Data Center” permite evolucionar los entornos sin fricciones.

Complementando esta visión, Patricia Pérez destaca los retos de gestión energética y sostenibilidad que traen las nuevas cargas de IA. Desde Schneider Electric observan una gran oportunidad en el Edge para aplica-

les, como los derivados del Cloud Act americano, que puede afectar incluso a datos alojados en Europa por empresas estadounidenses. Arana sostiene que “el hecho de poder contar con una cloud europea y soberana es importante” para distribuir cargas de forma segura y cumplir estrictamente el RGPD.

Para Javier García, de Red Hat, la soberanía digital va más allá de la sede social de la empresa y debe centrarse

los propios hiperescalares ya están lanzando marcas de nube soberana europea ante la presión del mercado.

Patricia Pérez, de Schneider Electric, coincide en que, aunque el proceso es lento, el marco regulatorio terminará consolidando la soberanía del dato. Su enfoque se centra en la flexibilidad para adaptarse a estos cambios constantes y, señala, “necesitamos tener flexibilidad en las soluciones, las infraestructuras” para encajar la complejidad de las normativas y las situaciones geopolíticas.

SEGURIDAD CLOUD 2.0 Y EL USUARIO

La ciberseguridad ha dejado de ser una barrera para convertirse en un habilitador de proyectos, con un enfoque renovado que sitúa a la identidad del empleado en el centro de la estrategia de protección empresarial, un movimiento que se está viendo desde el canal.

Pablo Ruiz observa un cambio de paradigma hacia el concepto de Zero Trust, donde lo primordial es proteger al usuario y su identidad en lugar de solo el servidor. En un entorno híbrido e interactuando con la IA, afirma que la clave para identificar interlocuciones reales y asegurar la comunicación en la nube es “no tan-

to proteger la empresa... sino proteger al empleado”.

Desde Schneider Electric, Patricia Pérez enfatiza la importancia de acompañar al canal en su formación técnica sobre ciberseguridad, dada la creciente profundidad técnica requerida. En este sentido, explica que en su compañía “estamos acompañando al canal y a los partners para que ellos puedan dar una solución... totalmente segura”, integrando la seguridad física y lógica en sus propuestas de infraestructura.

APORTAR VALOR MÁS ALLÁ DEL IAAS

Para estos expertos, el canal debe superar la etapa de la simple transacción

de licencias o almacenamiento básico para enfocarse en la modernización de aplicaciones y servicios de inteligencia de datos basados en cloud.

Javier García (Red Hat) señala que los clientes ya no buscan comprar tecnología per se, sino obtener resultados de negocio, lo que obliga a los partners a especializarse. Y está convencido de que “para el cliente, su objetivo no es comprar una tecnología, la que sea”, sino encontrar socios que entiendan su industria y aporten valor real.

Para Guillermo Arana (IONOS Cloud), la clave está en ofrecer herramientas de código abierto que eviten el vendor lock-in y permitan al partner verticalizar sus soluciones. Sostiene que el



canal debe “verticalizarlas y especializarse” para dar sentido a la infraestructura técnica en el cliente final.

Pablo Ruiz (Ingram Micro) define el papel del mayorista como una incubadora que ayuda a los partners a estar en el mercado con soluciones de IA o seguridad lo más rápido posible. Advierte que las empresas que no avancen sufrirán ante competidores “IA nativos” más eficientes, por lo que el objetivo de Ingram Micro es ayudar “a ese distribuidor que empieza... sea en tecnología, seguridad, en cloud o en IA”.

PROGRAMAS DE CANAL Y RENTABILIDAD

La diferenciación y la capacidad de ofrecer servicios durante todo el ciclo de vida de un proyecto son los pilares que garantizan la rentabilidad del partner en un mercado volátil, y esto requiere nuevos esfuerzos y una evolución de su rol en el mercado. Patricia Pérez destaca que la

combinación de conocimiento técnico y rapidez de adaptación es la fórmula del éxito. Por ello, señala, en Schneider Electric apuestan por el upskilling y la colaboración para que el partner se mantenga en todo el ciclo de vida ya que, en su opinión, "la combinación entre el conocimiento y la velocidad es clave" para fidelizar al cliente y generar ventas de valor recurrente.

Javier García observa que la especialización en industrias concretas permite a los partners industrializar sus procesos y ser más rentables a largo plazo, y apunta que aquellos con una aproximación de plataforma "generan una maquinaria que les permite tener una rentabilidad mucho mayor".

En el aspecto económico, Guillermo Arana apuesta por programas que incentiven el expertise con márgenes de hasta el 30%, y recalca la importancia de "identificar aquellos partners que tienen ese expertise" para adecuar rentabilidad con esfuerzo de especialización.

Por último, Pablo Ruiz anima a los partners a no limitarse a revender, sino a crear sus propias IP sobre la tecnología existente, ya que "ayudar al partner a que desarrolle sus propias soluciones" es lo que genera un crecimiento exponencial de su valor en el mercado.

EL AUGES DEL MODELO DE SERVICIOS

El Managed Service Provider (MSP) se está consolidando como la figura más buscada por las empresas que demandan socios con una visión a largo plazo y sean capaces de llevar a cabo una gestión integral de su entorno.

Pablo Ruiz (Ingram Micro) describe el camino del partner desde la venta de producto hasta convertirse en un MSP como un proceso natural de especialización que reduce costes y fideliza clientes. Y que "el MSP verdaderamente lo que tiene que buscar es un modelo que contemple la necesidad de tener un compendio tecnológico" y una visión de futuro para su negocio.

Guillermo Arana (IONOS Cloud) añade que el MSP es quien pone "la guinda al pastel", adecuando la infraestructura a la vertical específica del cliente. Y opina que, "el valor final casi lo va a acabar poniendo el MSP", aportando el toque final necesario para que la solución sea realmente efectiva.

Javier García (Red Hat) detalla la evolución de sus programas de incentivos para MSP, que pueden alcanzar rentabilidades de hasta el 46% en segmentos específicos. El objetivo es, explica, "darle las piezas necesarias a los MSP para que ellos mismos construyan su

offering" sobre bases sólidas de código abierto y fiabilidad empresarial.

Desde Schneider Electric, Patricia Pérez confirma que la demanda de formación en software y servicios ha superado a la de producto puro. Y concluye que su prioridad es "ayudar a que ellos tengan herramientas de software y servicios" para maximizar un negocio recurrente que representa el futuro del sector.

ESTRATEGIAS PARA EL CIERRE DE 2026

Los fabricantes y mayoristas se enfocarán en la segunda mitad de 2026 en la IA aplicada, la eficiencia de las infraestructuras de alta densidad y la transformación cultural del canal.

Patricia Pérez anuncia que Schneider Electric seguirá liderando en tecnologías de vanguardia como el liquid cooling para cargas de alta densidad, pero siempre con un fuerte componente de acompañamiento. "Vamos a seguir desarrollándonos", afirma, impulsando la flexibilidad en entornos híbridos.

Javier García centra la estrategia de Red Hat en la virtualización moderna (OpenShift), la gobernanza de la IA y la soberanía digital. Y señala que "nuestra estrategia para este año discurre en torno a tres gran-

des elementos", situando siempre al ecosistema de partners en el centro.

Por parte de IONOS, Guillermo Arana destaca el lanzamiento de GPU As-a-Service con tecnología NVIDIA y herramientas de IA para optimizar la eficiencia de la infraestructura (FinOps). Y revela que ya "dotamos de NVIDIA H200 en pago por uso desde poquitos euros la hora", facilitando el acceso a cómputo avanzado de forma económica.

Finalmente, Pablo Ruiz sitúa la plataforma Xvantage y la transformación del canal hacia soluciones propias como las principales prioridades de Ingram Micro. Y afirma que su misión es clara: "ayudarles a construir soluciones que sean capaces de vender el mercado" y actuar como nexo entre el fabricante y el cliente final. ■

MÁS INFO +

» [El fenómeno cloud, en el corazón de la estrategia de los partners](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

Guillermo Arana, manager de IONOS Cloud

“VAMOS A PROPONER A LOS PARTNERS UNA SOLUCIÓN QUE LES DÉ RENTABILIDAD A MEDIO Y LARGO PLAZO”

Después del debate IT Reseller “El fenómeno cloud, en el corazón de la estrategia de los partners”, entrevistamos a Guillermo Arana, manager de IONOS Cloud, para conocer su punto de vista sobre cómo están articulando los partners las soluciones cloud en su estrategia. Además, nos detalla su propuesta para el canal en el ámbito de la nube de cara al resto de 2026.

Lo primero que destaca es la importancia que tiene la figura de los partners para su compañía, a quienes considera como “un elemento principal en nuestra cadena de valor”, ya que son quienes mejor conocen a los clientes y sus necesidades. Por ello, añade, “todo lo que nosotros hacemos en base a proveer a los clientes finales de infraestructura como servicio o de plataforma



como servicio, incluso de software como servicio, pasa por el conocimiento que pueda tener el canal, sean ISV o MSP, que son los que creemos que realmente van a poner el valor final a las soluciones cloud”.

Para apoyar este modelo, aboga por proporcionar a sus socios

del canal todo lo necesario para que puedan ofrecer “un cloud soberano y rentable” a los clientes finales. Además, afirma, “vamos a proponer a los partners una solución que les dé rentabilidad en el medio y el largo plazo, que sea algo sostenible en el tiempo y tratar de ayudarles a buscar

esa expertise” para que puedan utilizar las infraestructuras de IONOS para poder desarrollar sus servicios y cubrir las necesidades de los verticales con los que trabajan.

Destaca que actualmente pueden ofrecer entre un 30% y un 40% de margen en algunos productos de su catálogo, y que tienen un enfoque muy centrado en la nube soberana, apostando por un modelo de cloud europeo y el 100% de cumplimiento con el RGPD, lo que puede suponer una importante ventaja para sus socios en el mercado español. Asimismo, destaca que la naturaleza Open Source de su propuesta permite evitar el vendor lock-in, y destaca su nueva oferta de GPU as-a-Service y el potencial de sus soluciones SaaS, como Nextcloud.

INGRAM MICRO[®]


Fira Barcelona

SIMPOSIUM

Powering the Channel. Conectando hoy el canal del mañana

Miércoles | 21-10-26

 Fira Barcelona Gran Vía



#IngramMicroSimposium

SANTI MAGAZÙ, DIRECTOR GENERAL DE AIRE

“La soberanía europea en cloud es necesaria en el contexto geopolítico y regulatorio actual”



Santi Magazù
Director General, AIRE

ENTREVISTA >> Santi Magazù nos habla sobre las últimas tendencias cloud, entre las que destaca los modelos multicloud e híbridos, la IA y la soberanía digital.

Como parte del Debate IT Reseller [El fenómeno cloud, en el corazón de la estrategia de los partners](#), entrevistamos a Santi Magazù, director general de Aire, para conocer su visión sobre el mercado cloud en España y el estado de adopción entre las empresas de nuestro país. Además, nos habla sobre las tendencias clave que se están viendo en este ámbito, como el avance hacia arquitecturas híbridas y multicloud, hacia la IA basada en cloud y en el Edge, y también hacia la soberanía digital europea, campos en los que IONOS Cloud está trabajando, siempre centrándose en dotar a los partners de las herramientas y el conocimiento necesarios para satisfacer las demandas del mercado.

ADOPCIÓN EN CURSO

Partiendo de la base de que la adopción de cloud en España se sitúa por

debajo de la media europea, Santi Magazú matiza que las empresas españolas sí se encuentran avanzadas en ciertos ámbitos, y percibe que la migración a la nube está permeando desde las grandes empresas a las pymes. Frente a las anteriores dudas de si ir o no a la nube y qué tipo de arquitectura escoger, ahora la discusión está en para qué casos de uso y cargas de trabajo es conveniente adoptar el cloud. Porque, afirma, la mayoría de las empresas sí están buscando la forma de ir a cloud pero, “sobre todo las pequeñas y medianas, necesitan un soporte, un acompañamiento en este viaje”.

IMPORTANCIA DE LA NUBE HÍBRIDA

En el contexto actual, en el que se combinan cargas de trabajo convencionales con otras más intensivas, la nube se presenta como un aliado importante para acceder a tecnologías avanzadas. De hecho, Santi Magazú opina que “la IA está siendo un propulsor y acelerador de muchas decisiones relacionadas con la adopción de cloud”. Aunque en este caso se plantean diferentes escenarios, y el edge computing cobra relevancia en determinados casos

de uso de inteligencia artificial, lo que está llevando a más compañías hacia arquitecturas de nube híbrida.

SOBERANÍA Y VENDOR LOCK-IN

Otro punto a destacar es la necesidad de las empresas de evitar el vendor lock-in, lo que conduce a arquitecturas multicloud y a seleccionar cuidadosamente el proveedor para cada necesidad. A esto se suma el interés creciente por la soberanía del dato en cloud y, como señala Santi Magazú, “la inmensa mayoría de nuestras pymes están cada vez más preocupadas por tener el control de sus datos, saber dónde se ubican y apostar por una nube soberana, intentando fomentar también que esté en un contexto europeo”. Afirma que “la soberanía europea en cloud es necesaria en el contexto geopolítico y regulatorio actual”, y pone en valor la labor de los proveedores de la región, que entienden mejor que los hiperescalares americanos las necesidades del cliente europeo.

PROPUESTA CLOUD PARA EL CANAL

Santi Magazú repasa brevemente la trayectoria que ha seguido la compañía en sus cerca de ocho años de

vida y, tras varias adquisiciones y la reciente unificación de sus marcas y sus respectivas webs, su objetivo es seguir este camino y crear más canal “porque es la forma de llegar a nuestro cliente objetivo, que suele ser una empresa mediana o incluso pequeña”. Así, define su estrategia en base a tres pilares: primero, un amplio catálogo de productos, “con servicios datacenter propios y de terceros, conectividad, bare metal, cloud privada en varios sabores, un servicio de cloud pública propia sobre OpenStack y servicios gestionados tanto a nivel de aplicación como de ciberseguridad”, junto a sus funciones como MSSP. El segundo pilar es la cercanía con los clientes y trabajar mucho con los partners. Por último, está la constante evolución de la oferta para adaptarse a la naturaleza cambiante del mercado. ■

“LA IA ESTÁ SIENDO UN ACELERADOR DE MUCHAS DECISIONES RELACIONADAS CON LA ADOPCIÓN DE CLOUD”

SANTI MAGAZÚ,
director general de **Aire**

MÁS INFO +

» [Entrevista Santi Magazú, Aire](#)



COMPARTIR EN REDES SOCIALES

EcoStruxure IT: tu centro de mando de infraestructura de IA

Proporciona a tus clientes información en tiempo real para optimizar el consumo energético, mejorar la refrigeración y disminuir los costes operativos con EcoStruxure IT DCIM.

Más información



EcoStruxure™ IT

Schneider
Electric