

Visión de negocios: la guía esencial para un viaje a la nube

Se dice que todos los viajes, buenos o malos, siempre dejan una enseñanza útil.

Las organizaciones que han emprendido el llamado **Journey to Cloud (es decir, el proceso de migrar operaciones de negocio a un entorno Cloud)** empiezan a procesar las lecciones que esta travesía de innovación les ha dejado.

Las empresas aprecian los beneficios que hoy están descubriendo en la nube, aunque también reconocen que el Journey to Cloud ha resultado más desafiante de lo que imaginaban, e incluso algunas organizaciones se preguntan si se ha cumplido con las expectativas iniciales.

En ese sentido, vale la pena señalar que, por un lado, el 80% de las compañías -de acuerdo con el estudio Modernizar y crecer en la nube*- tiene claro que el viaje a la nube será un pilar importante dentro de su plan estratégico.

Al mismo tiempo, entre las organizaciones que ya han tomado la ruta Cloud, **sólo el 10% de las organizaciones cree que está aprovechando al máximo las capacidades de la nube** (como escalabilidad, balanceo de cargas de trabajo, Time to Market, flexibilidad para gestionar recursos tecnológicos, etcétera).

Dichos datos, en buena medida, dibujan el verdadero reto que están enfrentando las empresas: es materializar en resultados



concretos el valor estratégico que saben que existe en la nube. En esencia, el Journey to Cloud es el proceso que les permitirá lograr esa meta. Sin embargo, para una buena parte de las organizaciones, la migración a la nube no ha resultado una medida tan fácil de implementar.

Cuando enfrentan dificultades o ineficiencias en su Journey to Cloud, las empresas tienden a fallar en un aspecto particular. Olvidan que un viaje a la nube, como los paseos que organizamos para nuestras vacaciones o fines de semana, nunca debe pasar por alto la planeación. Siempre hay que preguntarse ¿qué guía debería aprovechar para recorrer el camino?



Más allá de arquitecturas y proveedores

Todo Journey to Cloud debe iniciar con una perspectiva clara: **la determinación de migrar un recurso empresarial a la nube siempre tiene que ser una decisión de negocios, no una decisión técnica.** Es decir, la guía de todo el esfuerzo son las metas de la empresa, no las tecnologías o proveedores Cloud disponibles.

Esto implica que antes de pensar en modelos de despliegue (nube pública, privada, híbrida, arquitectura multicloud o polycloud) o nombres de proveedores (Azure, AWS, Google Cloud, Oracle Cloud, etc.), la organización debe analizar el objetivo que quiere lograr con una migración a la nube, por ejemplo: optimizar costos, asegurar la SLAs, reducir el time to market o implementar esquemas de seguridad avanzada, entre otras metas posibles.

Porque en términos de razones para viajar a la nube, las diferencias tienden a ser muy marcadas: una institución bancaria de larga trayectoria quizás busca la modernización de sus aplicaciones tradicionales, mientras que una firma del sector retail podría estar buscando flexibilidad y eficiencia en el uso de recursos tecnológicos -acceder a más recursos de cómputo sólo en circunstancias particulares (como temporadas de altas ventas: Navidad, El Buen Fin, Hot Sale, Cyber Monday, etc.), sin tener que invertir en hardware o software.

Por otro lado, es aún más importante entender que el viaje a la nube tendrá múltiples implicaciones al interior de la empresa; desde el desarrollo de una cultura corporativa que aliente el aprovechamiento de las soluciones Cloud, la creación de métricas y roles alineados a la estrategia de nube, planes de monitoreo y recuperación para los recursos Cloud o la creación de talento interno para la operación y gestión de las herramientas en la nube, entre otras consecuencias que deberían llegar con un Journey to Cloud y que resultan sumamente importantes para impulsar una migración con alto potencial de éxito.

Sin embargo, muchas organizaciones están trasladándose a la nube sin reflexionar demasiado en las acciones internas que deben acompañar al proceso -quizás por eso, son tantas las compañías que aún no ven el máximo potencial de su estrategia Cloud.

De acuerdo con el estudio Modernizar y crecer en la nube*, **sólo el 27% de las empresas cuenta con un modelo global de operación Cloud.** Asimismo, casi la mitad de las compañías (46%) no tiene líderes de modernización que impulsen las iniciativas innovadoras -como un Journey to Cloud.



En el mismo sentido, ante sus procesos de migración y adopción de nube, apenas el 33% de las organizaciones ha diseñado planes de gestión del cambio (con el fin de mitigar las resistencias al interior de la empresa).

Por eso es importante asumir una visión de negocios en el viaje a la nube -y buscar aliados tecnológicos que compartan el enfoque. Bajo esa perspectiva, la migración a un ambiente Cloud no se limita a un proceso de selección de proveedores, sino que se asume como otro proyecto empresarial clave, el cual, una vez definidos sus objetivos, deberá involucrar estrategia, personal, capacitación, métricas, liderazgo, presupuestos, procesos formales de seguimiento y evaluación, etcétera.

Si su empresa está instalada en un Journey to Cloud, es un buen momento para reflexionar: ¿qué motivos nos llevaron a emprender esta travesía de innovación?, ¿cómo estamos llevando el camino? ¿Cuál es el principal objetivo que estamos persiguiendo? Las respuestas serán valiosas: le dirán si su viaje a la nube va en una senda correcta.

Fuente de información: CIO Magazine