

# Los Centros de Datos miran para el suelo latino

La mayoría de **los centros de datos del mundo está sobre suelo estadounidense**, lo que supone que las informaciones que los usuarios día a día exponen en Internet o comparten con sus amigos a través de servicios de mensajería o correo electrónico, están en Estados Unidos y de acuerdo a la legislación de este país.

Pero, **diversos países de América Latina han ido tomando medidas para atraer la atención** de las grandes empresas para que instalen sus centros de datos en la región.

Desde que se conociera hace ahora dos años, de la mano de Edward Snowden, las prácticas de espionaje que la Agencia Nacional de Seguridad de Estados Unidos realiza, de la mano de grandes empresas tecnológicas, hay más recelo que antes a la supremacía del país del norte del continente sobre el Internet global.

De hecho, como publicó Silicon Week, en abril del pasado año, en un encuentro celebrado en Brasil, la Conferencia Net Mundial, sirvió a los asistentes para discutir sobre “el hecho de que **Internet está muy concentrada en Estados Unidos**, los servidores están todos en el hemisferio norte” y el objetivo sería contar con infraestructura en otros países, tal y como explicó el Ministro de Comunicaciones brasileño, Paulo Bernardo Silva.

De hecho, tal y como recuerda Luiz Carlos Martínez Abud, Director Comercial de Alcatel-Lucent para Latinoamérica

Alcatel-Lucent “las regulaciones del gobierno en materia de seguridad de datos: que es el caso de Brasil y **algunos otros países que están planeando para obligar a las grandes empresas de Internet a almacenar sus datos de usuario en el interior del país respectivo**”. Así que veamos que ventajas ofrece este mercado a los Data Centers.

## Es tiempo de América Latina

La llegada de los centros de datos a los diversos países de América Latina es un hecho bien reciente. Así, como ejemplo, Google instaló su primer data center en la región **a finales de 2012 en Chile, y Oracle no aterrizó en la región hasta finales de 2013 con su centro de datos en la nube**. De hecho, el primer gran proveedor de servicios cloud en llegar a América Latina fue Amazon cuando en el año 2011 abrió su octavo centro de datos global y escogía Brasil como destino.



Sin embargo, el panorama va cambiando. A comienzos de este año, un informe calculaba que en el último año, la implementación de 'data centers' creció en un 8% ciento en el mundo y Latinoamérica destacaba por ser el área que presentó un mayor crecimiento, al alcanzar un 12,2%, de acuerdo con la firma Anixter.

Explican desde Alcatel Lucent que **"América Latina es un mercado grande**, en crecimiento, donde las compañías globales han instalado sus empresas y esta tendencia seguirá en aumento. Asimismo, teniendo en cuenta el crecimiento y las necesidades de comunicación que siguen aumentando, cada vez más se utilizarán más soluciones de virtualización".

De acuerdo con Juan Carlos Hincapié, gerente de servicios de IBM Colombia, una de las principales ventajas que las grandes empresas pueden encontrar en América Latina a la hora de escoger la región para instalar un centro de datos es que ofrece mayor economía en la mano de obra, **con profesionales calificados y comprometidos para ejercer actividades críticas** como la operación y continuidad de los procesos dentro de un Data Center, pero a un menor coste que en otros mercados como Estados Unidos. IBM cuenta con más de 20 Data Centers propios en Latinoamérica, 17 de ellos repartidos en diversos países hispanohablantes del sur del continente, mientras que en Brasil hay un campus con 10 Data Centers y en México hay 2 Data Centers.

Jaime Miller, CEO de **Zonamerica** le apoya en esta afirmación y añade que **"a nivel técnico y humano entiendo que podemos competir de igual a igual**, inclusive tenemos ventajas competitivas a nivel costos que nos ayudan. Estados Unidos tiene una tradición tecnológica que América latina está construyendo a base de la confiabilidad".

Otra gran ventaja de la que hablan desde Alcatel Lucent es que colocando centros de datos en América Latina, se le muestra al cliente una proximidad y explica que "LATAM tiene mercados importantes para esas grandes compañías de Internet y medios de comunicación social para las que tiene sentido invertir en la región". Jaime Miller le apoya en esta afirmación y añade que **"principalmente Latinoamérica provee a los clientes de la región el concepto de "cercanía", saben donde están sus datos"**.

## **Carencias en América Latina**

Sin embargo, las empresas fabricantes aún encuentran ciertas carencias en la región cuando deciden abrir grandes centros de datos. Por ejemplo, desde IBM, dice su vocero que las estaciones en países como Estados Unidos hacen que a veces la tecnología y herramientas que utilicen dentro de los Data Centers sean más eficientes. Por ejemplo el uso de los sistemas de enfriamiento de equipos. En América Latina no contamos con estaciones y por esta razón el entorno externo es diferente.

Como consejo, dice el directivo del Gigante Azul para Colombia que **“América debe seguir buscando unas políticas que permitan facilitar y reducir costos de importación de equipos** (como puede ser un Tratado de libre comercio que realmente permita esto)”.



Por su parte, desde Alcatel-Lucent recuerdan que **en algunas regiones dentro del continente hay carencias en cuanto a infraestructura** y dice que un aspecto muy importante a tener en cuenta a la hora de escoger dónde abrir un centro de datos es **“el acceso a la energía hoy y en el futuro**: el consumo de energía va en aumento, y caídas de voltaje y apagones son cada vez más común en las áreas que tienen la mala infraestructura de energía. Los centros de datos requieren enormes cantidades de energía, y los fracasos pueden causar tiempo de inactividad inesperado”.

Además, **el vocero recomienda a los gobiernos tener en cuenta la oportunidad económica que suponen estos centros de datos** y ofrecer incentivos específicos o también en un aumento los impuestos en los datos de alojamiento fuera de la región con el fin de motivar a las inversiones locales

## Y mirando los países

El mencionado estudio de Anixter presentado el pasado mes de enero, indicó que **Sao Paulo, Río de Janeiro, Ciudad de México, Santiago de Chile, Buenos Aires y Bogotá son las ciudades que más centros de datos reciben.**

Explica Luiz Carlos Martínez Abud de Alcatel-Lucent que **“no es una sorpresa que los mercados más importantes de la región concentren la mayor cantidad de data centers** (Brasil, México, Argentina, Colombia y Chile). Más allá del tamaño del mercado, de la presencia de grandes empresas que tienen negocios en toda la región y el mundo y por los buenos recursos humanos”.

Por su parte, Jaime Miller, **CEO de Zonamerica**, explica que para la empresa, los países más ventajosos son, en primer lugar, **Uruguay dadas sus condiciones socio-políticas**, en especial su seguridad jurídica, protección de los datos, conectividad con el mundo, disponibilidad de infraestructura y geográfico-climáticas. En segundo lugar, desde Zonamérica destacan a “que es de similares características y se le suma su cercanía con Estados Unidos, además de que provee un mercado interno muy dinámico que ayuda a tener rápidamente una base instalada de clientes”.

## Aspectos a tener en cuenta al abrir un nuevo Data Center

Por su parte, explica Luiz Carlos Martínez Abud desde Alcatel Lucent que hay ciertos aspectos que no se pueden perder de vista como los asuntos relacionados con el clima y la refrigeración que estos lugares necesitan: **“todo lo relacionado con un centro de datos genera calor y el enfriamiento de las instalaciones puede ser costoso y difícil.** Los centros de datos construidos en climas más fríos pueden reducir los costos ya que el aire exterior puede ser utilizado para enfriar el centro de datos”.

Otro asunto es tener en cuenta que los centros de datos no son indestructibles y, por tanto, hay

que evitar construir estos en zonas de riesgos como **fallas, llanuras de inundación, por debajo del nivel del mar, o en la trayectoria del tráfico aéreo**, ya que todo esto puede crear un riesgo innecesario para la instalación.

Además, dice, siempre hay otros aspectos relacionados con la proximidad a los clientes y los aspectos políticos y económicos globales que también son de importancia. Es decir, que para llegar a los clientes es aconsejable demostrarles una proximidad.