

**COSAS A TENER EN CUENTA A LA HORA
DE EXTERNALIZAR HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN**

WEB, CORREO Y OTRAS UTILIDADES EN MANOS DE TERCEROS

Si el correo electrónico es ya casi el primer sistema de comunicación, la web es la primera impresión que muchas veces nos llevamos de cualquier entidad u organismo. Herramientas ambas que, en muchos casos, no están en nuestro propio hogar, sino que residen en casas de terceras empresas.

Unas compañías, las de alojamiento, que cada vez diversifican más su oferta de negocio para que confiemos en ella los servicios a externalizar. Pero antes de dar este paso conviene tener en cuenta algunas consideraciones previas.

Arantxa Herranz (aherranz@idg.es)

Desde registro de dominios y alojamiento de páginas web hasta diversas aplicaciones on-line, servicios de recuperación ante desastres, continuidad de negocio, alta disponibilidad, seguridad (antivirus, antispoofting), bases de datos y aplicaciones (web, correo, middleware), los servicios, en muchos casos de comunicación, que nos ofre-

cen las empresas de hosting han ido evolucionando tanto que ya no es sólo posible mantener nuestra web en los servidores de una tercera empresa, sino gran parte de nuestros sistemas de comunicación, como el propio correo electrónico. Y, sin duda, en un momento en el que la externalización de los servicios (u outsourcing) está muy

en boga, el alojar estos recursos en terceras empresas es una opción a tener muy en cuenta, aunque sin perder de vista algunas consideraciones.

Sin duda, la principal es apostar por alguien en quien confiemos, puesto que, no en vano, en esta tercera empresa vamos a depositar aspectos tan valiosos como sistemas de comunica-

ción o incluso datos, por lo que nos deberá garantizar tanto la disponibilidad de los servicios como la confidencialidad de las comunicaciones y seguridad de la información.

SERVICIOS Y SOLUCIONES

Así pues, como decimos, al principio las empresas de hosting nacieron con el boom de internet, cuando todo el mundo quería contar con una página web. Disponer de un servidor dedicado en el que residiera nuestra particular ventana al mundo era una partida en la hoja de gastos que pocas entidades podían afrontar, mientras que estas empresas especializadas realizaban ofertas que aunaban desarrollo, alojamiento y mantenimiento por unas

ción de tiendas virtuales y todo lo relacionado con comercio electrónico.

Sin embargo, lo cierto es que, pese a toda esta oferta, y quizá porque muchas veces seguimos siendo muy reticentes al cambio, de lo que más se sigue haciendo uso es de lo que en este sector se denomina hosting compartido, es decir, alojamiento de página web y correo electrónico, así como la gestión del dominio. De hecho, la mayoría de las empresas que están inmersas en este negocio reconocen que estos servicios (la gestión del correo electrónico y el alojamiento de las aplicaciones de acceso por internet) son los más demandados, aunque señalan que, últimamente, están cobrando más importancia la externalización de los servicios de TIC críticos para el

suele ser paulatina y posteriormente cuando se demandan servicios más profesionales.

ALGO MÁS QUE UNA VENTANA AL MUNDO

Sin duda, tener presencia en internet es algo importante y cada vez más imprescindible. Muchos se han acostumbrado ya a buscar en Google o cualquier otro buscador la presencia de una empresa y su web en lugar de acudir a las tradicionales páginas amarillas. Buena muestra de esta importancia son los programas que la propia Administración pone en marcha, englobados bajo el paraguas de NEW (Ninguna Empresa sin Web). Se trata, sin duda, de uno de los principales vehículos de comunicación, tanto internos como externos, que se ve reforzado por el correo electrónico.

Pero no sólo es importante disponer de presencia en internet por un tema de marca o para mejorar la comunicación con clientes y proveedores. Según José Antonio Baena, Chief Operating Officer de Acens, "hoy en día se ha convertido quizá en el mejor canal de venta para la mayoría de productos que una PYME puede comercializar en un mercado global". Pero, además, podemos añadir que a la mayoría de las empresas "no les resulta rentable desarrollar toda la infraestructura tecnológica que garantiza la disponibilidad de los servicios de hosting: redundancia de red y electricidad, seguridad informática, ambiental, lógica, perimetral, contratación y formación de personal técnico...", tal y como expone Fermín Palacios, director de Hosting y Aplicaciones de Arsys Internet, para quien la elección de empresas como la suya para estos servicios alojados permite a los clientes despreocuparse de temas técnicos y centrar todos sus recursos en potenciar las habilidades empresariales que les permiten competir en el mercado. Por estos motivos, sentencia que "la externalización de servicios de hosting resulta imprescindible en la actual Sociedad del Conocimiento".

La gestión del correo electrónico y el alojamiento de las aplicaciones de acceso por internet son los servicios más demandados

cuotas mensuales algo más que aceptables. Poco a poco, y tras el éxito de estas propuestas, las compañías de alojamiento fueron diversificando su oferta de productos y los usuarios confiaban cada vez más en la externalización de estos servicios.

Así pues, a día de hoy el abanico de soluciones es amplio, diverso y variado. Hay servicios para usuarios más domésticos y complejas soluciones corporativas. Podemos hablar desde las soluciones más básicas de presencia en internet (páginas web, gestión de dominios, servicios de correo electrónico o, incluso, servidores privados) hasta los más complejos o profesionales, como todo el outsourcing de la plataforma propiedad del cliente en los centros de datos o comunicaciones corporativas del tipo VPN (red privada virtual), sin olvidar planes de continuidad de negocio y recuperación ante desastres o la crea-

buen funcionamiento del negocio de los clientes. Las razones que se aducen son, básicamente, dos: que las empresas necesitan que dichos servicios funcionen correctamente pero no disponen de los recursos suficientes (y, por tanto, no pueden dedicarse a tareas de las denominadas de valor añadido, como el I+D, idear mejoras o cómo aprovechar mejor los recursos) y que, precisamente, al final las empresas optan por soluciones que les permitan no tener personal especializado dedicado 24x7 a temas TI, que no se encuadran en su negocio propiamente dicho y que supone dedicar unos recursos difíciles de justificar cuando se analiza su rentabilidad para la empresa.

Así pues, la propia página web es el núcleo de todos los servicios que posteriormente vienen a demandarse. Tras el correo electrónico sujeto al mismo dominio que la página web,

Pero como dejábamos entrever al inicio de este reportaje, cuando una empresa se plantea poner su plataforma TI en manos de otra compañía debe buscar que, como mínimo, garantice el mismo nivel y calidad de servicio que ofrece a sus clientes; es decir, que la confianza es algo muy a tener en cuenta. El reto es que especialmente pequeñas y medianas empresas, así como autónomos, que, pese a tener unos recursos (también tecnológicos) más limitados, no deben renunciar a estas herramientas tecnológicas y que, incluso, puedan sacar partido de las mismas y ganar en competitividad. Es más, se pretende que, al delegar en proveedores profesionales, las empresas puedan despreocuparse de temas técnicos y dedicar todos sus recursos a potenciar las habilidades empresariales que les permiten competir en el mercado.

PUNTOS A FAVOR

Sin duda, las ventajas de este tipo de contratos son amplias. Quizá el primero y más evidente, tal y como señala Eva Vennemann, directora de comunicación de 1&1 Internet España, es que los clientes no tienen que mantener sus servidores en casa y preocuparse de back-up, disfrutando, al mismo



tiempo, de una infraestructura de alta calidad. Por tanto, los usuarios no tienen por qué obsesionarse por asuntos muy técnicos que no están directamente relacionados con su actividad empresarial (con la consiguiente concentración de esfuerzos en lo que es su negocio principal).

Pero, además, esta externalización de los servicios va a permitir acceder a nuevas tecnologías que quizá de otra manera sería imposible disfrutar (ya que las empresas de hosting suelen renovar con cierta frecuencia su infraestructura tecnológica) lo que, además, implica una importante reducción de costes, ya que las empresas no tendrán que reservar partidas a la adquisición y mantenimiento del hardware y software necesario para tener los servicios que se encuentran alojados.

Tal y como resume Damian Schmidt, CEO de Strato, si una PYME “desea alcanzar un nivel elevado de seguridad tecnológica en su propia sede con servidores propios, deberá realizar grandes inversiones: además de los costes de adquisición, que sólo se amortizan pasados varios años, se suman los costes de personal interno y de mantenimiento. Además, hay que contar con los costes variables cuyo importe se desconoce, como para, por ejemplo, reparaciones o modificaciones retroactivas. En cambio, si una empresa se decide por la externalización, los costes mensuales se establecen desde el principio, lo que permite tener una estimación más exacta. De este modo, las empresas se pueden concentrar en sus negocios y competencias”.

Pero también hay algunos aspectos que debemos tener muy en cuenta. Cuando nos decantamos por externalizar un servicio debemos hacerlo en alguien en que tengamos confianza. “Muchos proveedores reducen drásticamente sus costes para lanzar al mercado una oferta económicamente competitiva”, denuncian desde Acens, quienes alertan de que, “en estos casos habitualmente se acaba reduciendo la calidad de servicio y generando en el cliente una desconfianza en los servicios externalizados”.

Por eso, una buena recomendación es la que se hace desde Nexica por parte de su director general, Jordi Mas, quien aboga por “pactar con el proveedor la elaboración de informes periódicos”.

Mientras, para el responsable de Colt, el principal inconveniente es la

PRECIOS DE REFERENCIA

Es difícil determinar con exactitud cuál sería el coste medio de este tipo de servicios, puesto que esta cifra va a variar mucho en función de la cantidad de ellos contratados o su complejidad.

Por ejemplo, el producto más económico con el que cuenta la empresa 1&1 sería el Pack Inicial que cuesta 1,99 € al mes. Pero, según sus propias cifras facilitadas, el promedio de los servicios contratados es de 10 €.

En cuanto a Acens, el servicio de alojamiento más económico parte desde 6,95€ anuales para la contratación del registro de un dominio (por ejemplo .es, .com). El promedio de los servicios de Hosting compartido es de 24€ mensuales, mientras que el de los servicios de alta gama es de 190€ mensuales.

Pero, como decíamos, es difícil establecer un prototipo medio de la inversión. Tal y como constatan desde Arsys, hay empresas que únicamente necesitan el registro de su dominio y un pequeño paquete de hosting compartido, por lo que puede resultarles suficiente invertir menos de 100€ anuales para asegurar su presencia on-line; mientras que otra que necesite su propio servidor, en hosting dedicado o housing podría invertir unos 150€ mensuales.

propia gestión del cambio “ya que supone una adaptación de los recursos de TI de la empresa. Además, la desconfianza, aunque cada vez es menor, de externalizar una serie de recursos fuera de la propia compañía, aún representa una barrera en la adopción de este tipo de soluciones”. A esto habría que añadir que “no todos los proveedores permiten utilizar el software que desea la empresa”, aseguran desde Strato, por lo que a veces la elección del proveedor es lo que resulta más difícil a la hora de externalizar los servicios. Como resumen, podemos concluir que, sin duda, nos debemos decantar por un proveedor seguro y fiable, ya que el servidor tiene que estar siempre disponible y ser compatible con el software que se desea utilizar.

LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS

Y si de evolución constante hablamos en este terreno, no podemos pasar por algo alguna de las tendencias que se están observando ya en la oferta de nuevos servicios gestionados. Como ejemplo de esta tendencia tenemos los blog, con alto crecimiento en los últimos años. Pero, además, las empresas ofertantes de estos servicios también constatan que, en los últimos tiempos, se empiezan a reclamar aplicaciones en modo ASP o SaaS (Software as a Service). Es decir, están tendiendo a requerir que las aplicaciones que utilizan en su actividad empresarial (facturación, gestión de clientes, CRM o ERP) estén alojadas en un Centro de Datos externo desde el que puedan dar servicio a una o varias delegaciones e incluso a sus propios clientes.

Entre estas soluciones destacan, sobre todo, aquellas que están más íntimamente relacionadas con los procesos de continuidad de negocio, como el back-up, recuperación de desastres o la monitorización, así como el alojamiento de servicios y aplicaciones on-line, especialmente los de alta disponibilidad.



Pero, ¿quiere esto decir que todo acabará estando externalizado? Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), tan sólo el 31,2 por ciento de las empresas de nuestro país subcontrata algún servicio tecnológico de uso intensivo a un proveedor externo, por lo que no hay duda de que la posibilidad de crecimiento del merca-

con unos conocimientos técnicos específicos. Quizá por eso desde estas empresas se apuesta en muchos casos por una externalización prácticamente total del departamento TI dentro de las empresas a largo plazo, sobre todo por las ventajas que aporta a las empresas.

De lo que no hay duda es que en cada empresa hay una serie de servi-

Al delegar en proveedores profesionales, las empresas se despreocupan de temas técnicos y dedican todos sus recursos a potenciar las habilidades empresariales para ser competitivas

do es muy importante. Además, algunos actores de este mercado consideran que, realmente, no hay “tope” en los servicios TI que una empresa puede externalizar (desde servicios de correo electrónico, webs de presencia en internet, comunicaciones, seguridad, aplicaciones CRM o ERP...).

Para algunos, el seguir teniendo recursos dedicados a elementos que no son propios de su negocio supone disponer de menor capital para abordar nuevos proyectos, no tener posibilidad de implementar las últimas tecnologías y tener que dedicar tiempo a seleccionar, formar y mantener personal de TI

cios susceptibles de ser externalizados y muchos de ellos resultan críticos, como el mantenimiento informático, las telecomunicaciones o, incluso, la limpieza de las instalaciones. Otros campos, sin embargo, no pueden externalizarse porque constituyen y configuran la esencia empresarial, su cultura corporativa y la caracterizan, definen y diferencian en el mercado.

Así pues, y con la premisa de que la externalización parte del hecho de que cada empresa debe hacer lo que mejor sabe para resultar competitiva, ante cualquier externalización, lo más importantes es elegir el “socio” adecuado. **PCW**