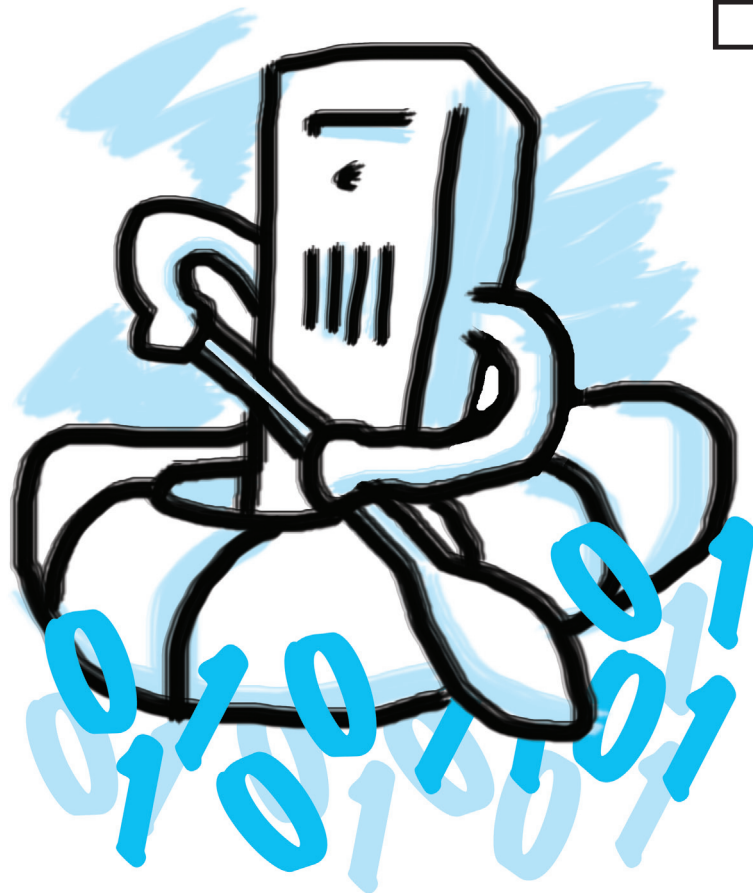


SERVICIOS GESTIONADOS



El desafío para las empresas que no dan la espalda a Internet

Por Ángel Gallego

A ESTAS ALTURAS DEL PARTIDO, LAS COMPAÑÍAS GRANDES O PEQUEÑAS
NO PUEDEN CERRAR PUERTAS A LA RED. UNA PRESENCIA SÓLIDA
Y EFECTIVA EN LA WEB Y SABER APROVECHAR TODAS LAS
APLICACIONES EMPRESARIALES QUE SE PUEDEN ENCONTRAR EN
ELLA SON CUESTIONES SENCILLAS DE RESOLVER
CON UN MODELO DE SERVICIOS GESTIONADOS

I Se imaginan que una compañía dedicada a la producción alimenticia estuviese más tiempo preocupada de las caídas de sus servidores que de la búsqueda de una mayor calidad para competir mejor con sus productos? No tiene mucho sentido, pues el núcleo del negocio de esta empresa imaginaria no es la tecnología y encargar su gestión y mantenimiento a una firma especializada trae de la mano más pros que contras.

El outsourcing o externalización de servicios se entiende como un acto de 'delegar', de dejar en manos de otros lo que uno no puede hacer y que, sin embargo, es parte de su día a día y resulta fundamental para el negocio. Esta corriente tecnológica tuvo su 'boom' hace unos años pero todavía sigue en alza porque incluso en tiempos de crisis generalizada puede ser una buena vía para ahorrar costes.

Bien es cierto que la gestión externa de servicios TI ha demostrado su vigencia, pero es una tendencia que a pesar de mantenerse al alza (puede representar el 50 por ciento del gasto TI en 2010, según Gartner) puede parecer que no está al alcance de las pequeñas empresas. Sin embargo, esto no es así debido al aumento de la competencia, que deriva en una reducción de precio en las ofertas de servicios gestionados y la apuesta de las pymes por disponer de una VPN o un modelo de hosting que le permita explotar al máximo las posibilidades de su negocio en la Red.

En este campo abonado han proliferado las compañías especializadas en el mercado empresarial, donde su oferta de soluciones, en lo que se refiere a la Internet, no sólo se ciñe al hosting gestionado para asegurar el soporte a una página web corporativa, sino que se ocupa de garantizar la calidad de los servicios que

en ella se alojan, incluidas las aplicaciones de Software como Servicio (SaaS).

¿CÓMO DEBEN SER LOS SERVICIOS GESTIONADOS?

Según la compañía de soluciones de negocio TIC, Burke, los servicios deben ser adaptables a las necesidades del cliente, con la finalidad de mejorar los resultados de explotación.

Asimismo, deben dar sensación de control de cara al cliente mediante planificación y la entrega de información detallada sobre la evolución del servicio.

Por otra parte, deben aportar una evolución progresiva hacia nuevos servicios mediante la transferencia de conocimiento, así como contar con un 'helpdesk' en manos de personal experto en la materia, que asesorará y facilitará la máxima

explotación de los mismos. Son muy importantes durante la relación profesional con un tercero las incidencias y el tiempo y modo en que se solventan, por lo

La gestión externa de servicios TI ha demostrado su vigencia, pero es una tendencia que a pesar de mantenerse al alza, puede parecer que no esté al alcance de las pequeñas empresas

que se hace muy necesario contar con un módulo de gestión de incidencias detectadas en el sistema de explotación.

Finalmente, además de un mantenimiento preventivo del sistema gestionado, Burke recomienda un plan de formación continua sobre el sistema de explotación, siempre abierto a nuevas actualizaciones.

El alcance de estos servicios tiende a monitorizar, operar, mantener y gestionar y analizar los rendimientos de una solución determinada de manera proactiva en redes y sistemas sobre plataformas multi-fabricante. Si existe una conclusión clara en el análisis de esta tendencia es que los CIOs se enfrentan a un cambio de chip, ya que se hallan inmersos en una evolución que implica pasar de la gestión de tecnologías a la gestión de servicios.

Un mercado al alza que diversifica su oferta

EL SOFTWARE COMO SERVICIO (SAAS) Y UNA PRESENCIA EN LA WEB RENTABLE CENTRAN LA PUGNA ENTRE PROVEEDORES, QUE HAN SUPERADO LA GUERRA DE PRECIOS PARA PONER EN MANO DE LAS EMPRESAS SOLUCIONES DE MAYOR CALIDAD

La vocación de servicio al cliente y la voluntad de hacer las cosas bien están siempre presente en el decálogo de buenas intenciones de los proveedores de servicios gestionados. Todos ellos navegan hoy en aguas tranquilas, donde la demanda es elevada, aunque los márgenes van disminuyendo. En manos del CIO quedará la decisión última, la responsabilidad de elegir qué proveedor se ajusta mejor a lo que está buscando.

“En un mercado maduro como el español el cliente es capaz de elegir la oferta con una mejor relación precio/calidad. Cuando una empresa toma la decisión de

externalizar un servicio crítico (desde un simple correo electrónico hasta una plataforma compleja de hosting gestionado) requiere de un proveedor de confianza que le pueda asegurar un servicio óptimo” sostiene Jordi Martín, del departamento de Marketing de acens.

“En un entorno empresarial, aunque el precio es siempre importante, es clave elegir al proveedor de servicios correcto basándose en variables como los niveles de servicio, SLAs, el soporte de atención al cliente, la presencia física en España... Muchos proveedores reducen drásticamente sus costes para lanzar al mercado una oferta económicamente muy compe-

titiva; en estos casos habitualmente se acaba reduciendo la calidad de servicio y generando en el cliente una desconfianza sobre los servicios externalizados”, aclara Martín.

Precisamente, en cuanto a las guerras de precios, el CEO de 1&1, Oliver Mauss, opina que “para una empresa, la fiabilidad de su sitio web es aún más importante que el precio que pague por este servicio; 1&1 mantiene desde hace diez años centros de datos especializados en hosting, donde aloja más de 10 millones de dominios. Por este motivo, estamos orgullosos de contar con más experiencia que la gran mayoría de nuestros competidores”.

Para Damian Schmidt, CEO de Strato, los precios pueden ser el primer criterio que llama la atención del comprador. Sin embargo, “nuestros productos no se distinguen únicamente por ello, sino por una serie de valores añadidos que el cliente no encontrará en otros proveedores. Ejemplo de ello son nuestros centros de datos certificados con el estándar internacional ISO 27001, que además están alimentados con energía íntegramente renovable, o nuestro centro de Atención al Cliente, que no está externalizado y se mantiene en contacto directo con el resto de departa-

SERVICIOS GESTIONADOS

mentos de la empresa y ofrece un soporte competitivo y gratuito”.

NO SÓLO HOSTING

Las demandas de los clientes son precisas: experiencia técnica de los empleados del proveedor elegido, especialización y solvencia. Son elementos que facilitan la comunicación entre proveedor y cliente, pieza fundamental en una relación de outsourcing de este tipo. A menudo la oferta de este mercado supera las expectativas de las empresas, en especial de las más pequeñas.

En el caso concreto de acens, sus principales líneas de negocio son las de hosting compartido: engloba las soluciones básicas de presencia en internet ofreciendo el alojamiento en un entorno compartido de páginas web, la gestión de dominios, los servicios de correo profesional (acens Mail, acens Exchange) y los servidores privados.

En segundo lugar, Hosting dedicado y hosting gestionado (la división que registra una mayor demanda). Otra modalidad es la que permite el outsourcing de la plataforma propiedad del cliente en los avanzados centros de datos de este proveedor con posibilidad de añadir servicios de gestión. Este proveedor tampoco olvida las comunicaciones corporativas diseñadas para ofrecer una amplia gama de soluciones de Red Privada Virtual (VPN) y de acceso a Internet.

Por último, Enterprise Solutions cubre los requerimientos de Business Continuity y Disaster Recovery Planning de las empresas, definiendo proyectos a medida para cada necesidad.

La virtualización también está presente en el abanico de ofertas de estos proveedores, cumpliendo muy bien con el propósito de facilitar que los clientes se enfoquen sólo en su negocio. Pero si hay algo que está funcionando bien es el mercado español en términos de negocio en Internet son, sin duda, las tiendas online. En el caso de Strato, se trata de una herramienta en la Red “que ofrece a un usuario sin conocimientos de programación la posibilidad de montar su tienda en 30 minutos y, al mismo tiempo, a un usuario un poco más avanzado de dotar a su página de características y diseños mucho más profesionales”, en palabras de Damian Schmidt.

Un aspecto es definitivo en este sentido y es que sin una web atractiva y eficaz un negocio no funciona. 1&1 lleva tiempo abordando este mercado con unas de las ofertas más agresivas, ofreciendo a pymes y autónomos productos de hosting desde 9,99 euros al mes, que no sólo incluyen el dominio, sino también herramientas como el Editor Web, Formularios, cupones regalo para anunciarse en Internet con Google y Yahoo! y otras funcionalidades.

La lógica y sencillez de las herramientas de 1&1 permite que cualquier persona pueda crear una página web profesional incluso sin conocimientos de programación. “Otros clientes que por ejemplo tienen un sitio web con mucho tráfico necesitan un servidor con más potencia”, explica Mauss, que sugiere como elección óptima la de servidores dedicados tanto Linux como Windows. “Lo más importante para las empresas, en cualquier caso, es que sus páginas web se carguen rápidamente y estén siempre disponibles”.

Ante una avalancha de ofertas así, es necesario que el responsable de Sistemas mantenga fría su mente y se decida por el proveedor de servicios gestionados y hosting que más le interese en función de tres variables: precio, infraestructura tecnológica y calidad de servicio.

EN LA MENTE DEL CIO

En el caso de Strato, Schmidt argumenta que sus dos centros de datos certificados con el ISO 27001 acreditan alta seguridad y disponibilidad de sus datos, avalada por más de un millón de clientes. “Trabajamos con socios poderosos de

El siguiente grafico muestra claramente, y de un solo vistazo, las ventajas que te ofrece el Hosting Gestionado:



confianza, como son Sun, AMD Oracle, Network Appliance, Cisco o Microsoft, lo que nos permite ofrecer productos de calidad”, apunta Schmidt. “Además, en lo que respecta a la atención al cliente, el certificado de calidad del servicio TÜV Siegel MS y TÜV según la DIN ISO 9001 reconocen la efectividad de nuestro servicio”.

En el caso de I&1, especializada en empresas más pequeñas y en particulares (cada grupo representa el 50 por ciento de la facturación), las principales ventajas para los CIOs se resumen en “una base técnica y financiera sólida y que garantizamos nuestra continuidad y fiabilidad en

EL BOOM DE SAAS

Lejos de llegar las vacas flacas para los representantes de este segmento, se vislumbran años de bonanza, impulsados por los modelos de Software como Servicio, que ponen en mano de la empresa pagar sólo por la aplicación que utiliza. Asimismo, la necesidad de una web con solventes requisitos técnicos se perfila como un aliado importante a la hora de que estos proveedores desarrollen sus estrategias. Para Damian Schmidt, incluso las mismas empresas de software tradicional cuyo modelo se está viendo amenazado como Microsoft y Oracle, “están comenzando a explotar y adaptar a sus



todos los países donde operamos. Actualmente contamos con más de 250 desarrolladores para invertir en nuevos productos y tecnologías de alta calidad como SaaS o One-Click-Applications”, sostiene Oliver Mauss.

Para acens, su valor diferencial reside en la implicación total con el cliente: acens no se limita a ser un proveedor de servicio más; pone a disposición de sus clientes toda su experiencia en la implantación y explotación de proyectos de alojamiento y conectividad a nivel de partner tecnológico, aportando proactividad y compartiendo el reto del éxito del proyecto, en palabras de Jordi Martín.

modelos tradicionales las posibilidades de este tipo de soluciones SaaS lo cual nos beneficia enormemente porque muestra el cambio de modelos empresarial y técnico en el siglo XXI”.

El mercado de alojamiento gestionado arroja unos fuertes crecimientos sostenidos desde el año 2000 y todas las previsiones apuntan a que seguirá creciendo a corto plazo. Actualmente en España tan sólo el 31,2 por ciento de las empresas subcontrata algún servicio tecnológico de uso intensivo a un proveedor externo, según el Instituto Nacional de Estadística. Por todo ello, “la posibilidad de crecimiento del mercado es muy importante”, subraya el portavoz de

SERVICIOS GESTIONADOS

acens. “Esperamos un buen incremento para este año”, sostiene en esta misma línea positiva y optimista el CEO de I&1. “España es un mercado creciente, muestra de ello es el millón de dominios .es registrados. El mercado está creciendo y tendencias como SaaS ayudan a que se desarrolle aún más, por lo que vamos a lanzar nuevos productos de Software como Servicio este año”.

No disponer de una red propia para ofrecer todo tipo de servicios gestionados en directa relación con Internet no siempre es inconveniente, atendiendo a las declaraciones del portavoz de acens, que define como ventaja número uno la libertad frente a la necesidad de los operadores con red propia que, con el fin de amortizar las fortísimas inversiones que han realizado en su red, vender, siempre su tecnología.

Esto puede derivar en no tener en cuenta las necesidades reales de los clientes. Además, Jordi Martín expone que “al no tener

El mercado de alojamiento gestionado arroja unos fuertes crecimientos sostenidos desde el año 2000 y las previsiones apuntan a que seguirá creciendo a corto plazo

red propia, pero sí acuerdos de interconexión con los principales operadores, podemos ceñirnos, siempre, a las necesidades de nuestros clientes, de tal forma que les ofreceremos, no sólo la capacidad que necesitan, sino también la tecnología que creamos mejor en cada caso: Fibra Óptica, par de cobre (ADSL, SDSL, ADSL 2...), LMDS (Local Multipoint Distribution System), etc.”.

Es el mismo caso de I&1 que, a diferencia de compañías que han realizado una fuerte inversión en disponer de una red propia, como la pan europea Interoute, dispone de su propia interconexión, “que hemos triplicado hace pocos meses a 135,5 GB/seg. Gracias a esto, podemos garantizar una conexión rápida y siempre disponible para todos nuestros clientes”, concluye Oliver Mauss.