

El 'hosting' se revende

El alojamiento 'web' o gestión del 'e-mail' son servicios que puede ofrecer el canal

Regina de Miguel

Una vez superada la fase inicial de implantación y desarrollo, el mercado del 'hosting' empieza a consolidarse en España. Aunque todavía hay un largo camino por recorrer, ya son muchas las empresas que externalizan servicios como la gestión del correo, de dominios o de su página en Internet. Los distribuidores se encuentran ante una oportunidad de negocio excepcional, sobre todo si son capaces de generar proyectos de valor añadido para sus clientes, pues, como es obvio, son los que mayores márgenes les van a dejar en un sector con enorme competencia.

Después de unos años de crecimiento desenfrenado, el mercado del alojamiento *web* sigue avanzando, pero de forma más pausada. Los principales actores del sector han logrado asentarse, ofreciendo precios más competitivos y mayores prestaciones. A su vez, los clientes cada vez son más conscientes de sus necesidades y, por tanto, más exigentes. Pero esto no quiere decir que este mercado haya alcanzado ya la madurez, pues la liberalización de los dominios .es o la aparición del dominio .eu han abierto nuevas perspectivas y opciones de negocio. Es decir, todavía queda mucho camino por andar. **Damian Schmidt, CEO de Strato AG**, una de los principales proveedores de estos servicios que operan en España, es de esta opinión al afirmar que el mercado local todavía está despertando y se encuentra en pleno desarrollo, "aunque está siendo muy rápido, pues apenas está saturado".

En un primer momento, los clientes buscaban fundamentalmente soluciones sencillas para necesidades básicas, como el registro de un dominio, el soporte para el correo electrónico o contar con una página *web* informativa. Pero a medida que el usuario fue descubriendo el potencial que le ofrecía Internet, la demanda de servicios se ha ido ampliando hacia



soluciones más sofisticadas, como bases de datos, servidores dedicados, la usabilidad de una dirección *web* o el posicionamiento en buscadores.

Ante todo, el negocio del *hosting* está creciendo porque las empresas y los profesionales se han percatado de los sustanciales ahorros de costes que reporta la externalización. Al recurrir a compañías especializadas, se reduce la inversión en infraestructuras y es posible acceder a nuevas tecnologías que, de otra manera, no podrían disfrutar. Cada vez se delega más en proveedores externos, lo que les permite dedicar todos sus recursos a potenciar su *core business*. **José Antonio Baena, CIO de Acens**, una de las primeras compañías españolas del negocio, señala que en el mercado se aprecian dos tendencias claramente diferenciadas a consecuencia de la fuerte competencia: "por un lado, están los *hosters* internacionales y los pequeños revendedores que apuestan ante todo por ofrecer precios baratos; por otro, empresas como la nuestra que prefieren apostar por la calidad de servicio y una atención personalizada".

Paralelamente, los usuarios particulares también están dando un impulso al mercado porque no se conforman tan sólo con tener acceso a Internet, sino que también quieren contar

TEMA

con su propia dirección de correo electrónico e incluso con una página *web*. Enrique Paramá, director de marketing de Arsys, otro de los grandes proveedores nacionales, apunta que una buena muestra de ello es el éxito de la iniciativa Jóvenes en Red, que en sólo unos meses ha captado el interés de 20.000 personas que quieren estar presentes en Internet. Menos optimista es Lawton Cheney, *country manager* del proveedor holandés Leaseweb, para quien el mercado español sufre entre dos y tres años de retraso con respecto a otros países europeos, "lo que se refleja en menos dominios registrados y una oferta de servicios más reducida". Eso sí, Cheney espera un crecimiento importante de aquí a 2012.

¿Qué quieren los clientes?

Así las cosas, parece evidente que estamos ante un mercado en auge con perspectivas de seguir creciendo a un ritmo anual por encima del 10%. Paramá, de Arsys, estima que aunque es difícil dar una cifra exacta, "se puede decir que este sector mueve en España alrededor de 300 millones de euros". Por su parte, Baena, de Acens, indica que las cifras apuntan a un crecimiento del 20% anual, "aunque este porcentaje se puede multiplicar si tenemos en cuenta la infinidad de pequeños clientes que se incorporan a este mercado con la contratación de servicios básicos de presencia en Internet".

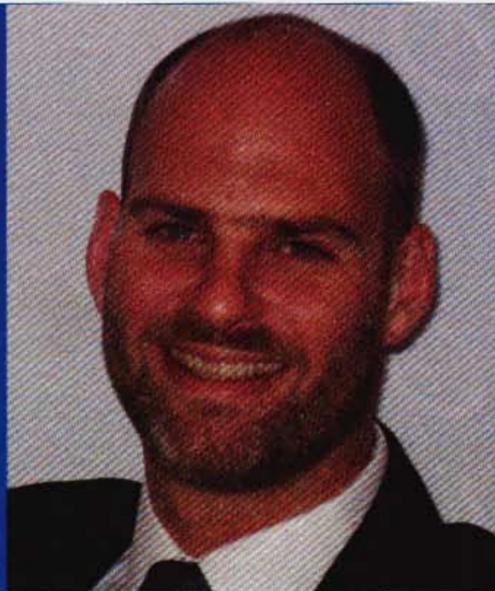
"La flexibilidad de los ISP permite al distribuidor vender servicios de Internet con su propia imagen"



Enrique Paramá, director de marketing de Arsys.



'Call center' de Arsys en medio de un día de trabajo.



"El mercado español sufre entre dos y tres años de retraso con respecto a otros países europeos"

Lawton Cheney, country manager de Leaseweb.

A día de hoy, el abanico de soluciones que ofrecen los proveedores especializados es amplio y variado, y van desde las más básicas (páginas *web*, gestión de dominios, servicios de correo electrónico o servidores privados), hasta otras más complejas, como el *outsourcing* completo de todo un centro de

La gestión del dominio y el alojamiento de páginas 'web' y de 'e-mail' son los servicios más demandados al canal

datos, planes de continuidad de negocios y recuperación ante desastres o la creación de tiendas virtuales. Sin embargo, lo cierto es que el *hosting* compartido (varios sitios *web* alojados en un mismo servidor) es de lo que más se sigue haciendo uso, y la mayoría de compañías especializadas reconocen que este tipo de servicios son los más demandados, aunque progresivamente va cobrando mayor importancia la externalización de los servicios críticos.

La alemana 1&1 desembarca en España

El mercado esá boyante y eso se nota porque hay potentes nuevas jugadas en liza. 1&1 es una compañía alemana dedicada al servicio de *hosting* que tiene planeada su llegada a España en agosto de 2008. Para ello, la compañía ya ha hecho una inversión en infraestructuras, servicio técnico, personal y acciones de marketing de cinco millones de euros, de los cuales más de uno ha sido destinado íntegramente a la promoción de productos y servicios de la empresa. Dentro de su oferta, 1&1 incluye productos de dominios, *hosting* y servidores disponibles en versiones tanto Linux como Windows dirigidos al usuario particular, pero también a las grandes empresas, pasando por *pymes* y desarrolladores expertos con una gran actividad *web*. Cada *pack* contiene al menos un dominio y una amplia gama de herramientas para crear una página *web* profesional.

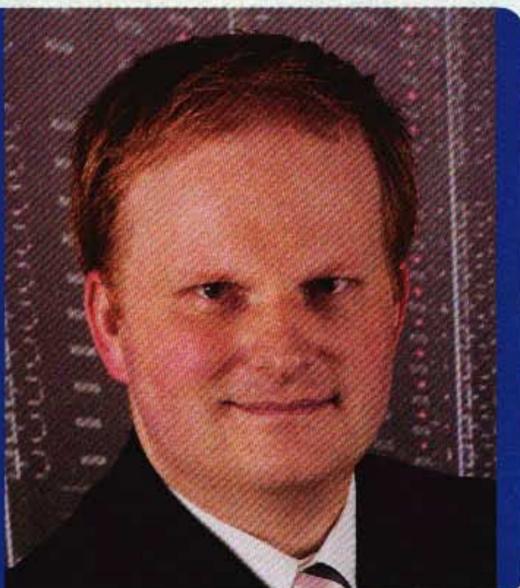
Andreas Guager, CEO de 1&1, comenta: "Hemos analizado el mercado español y nos ha parecido especialmente interesante para las inversiones y planes de expansión de 1&1, ya que creemos que nuestra propuesta de valor puede ser realmente atractiva en este mercado en cuanto al precio y variedad que ofrece al usuario". Para la compañía, España es un mercado de crecimiento en comparación, por ejemplo, con países como Alemania, donde el mercado de *hosting* está más saturado. Según la compañía, en España están registrados menos de 1 millón de dominios .es, mientras que en Alemania, con sólo el doble de población, existen más de 12 millones de dominios .de. Además, el *hosting* en España es todavía más caro que en otros países de Europa. Esto se traduce en una oportunidad para 1&1 que, según su CEO, Andreas Guager, es capaz de ofrecer una muy buena relación-calidad precio debido a que sus 7 millones de contratos mundiales y sus más de 250 expertos de desarrollo repartidos por el mundo le permiten estar continuamente innovando y ofreciendo nuevas herramientas a sus clientes. En España la compañía admite que aún no cuenta con un programa especial para el canal de distribución.



Centro de control de Acens, uno de los principales ISP del mercado español.

"El mercado local está despertando aún, aunque su desarrollo está siendo muy rápido"

Damian Schmidt,
CEO de Strato AG



En este sentido, el director de marketing de Arsys reconoce que se está notando un fuerte incremento de las empresas que necesitan estar en un servidor dedicado, pues requieren soluciones personalizadas y más avanzadas que las que se ofrecen en una máquina compartida. El CIO de Acens, por su parte, matiza que en soluciones de gama alta, los servicios de *outsourcing* y gestión de servidores dedicados son los más demandados, "mientras que en soluciones de alojamiento compartido, el comercio electrónico es lo más solicitado junto a las aplicaciones de *e-mail*".

La externalización es clave en la pyme

Por su parte, Cheney, de LeaseWeb, apunta que los clientes quieren, ante todo, servidores dedicados y *colocation* (servidores propios de la empresa que son colocados en el *data center* del especialista de *hosting*), y también se ha detectado que coge fuerza la tendencia que apunta a la virtualización. Esta evolución del mercado ha impulsado a las empresas del sector a incrementar el valor de los servicios que aportan a sus clientes, pues no se trata únicamente de poner un techo a la información digital, sino de proporcionar más seguridad y disponibilidad y una progresiva orientación hacia las necesidades del cliente y sus aplicaciones *on line*. El CEO de Strato es aún más específico y aclara que lo que mejor está funcionando son las

tiendas *on line*, pues muchas *pymes* quieren trasladar su establecimiento físico a Internet para llegar a más consumidores.

Sin duda, la pequeña y mediana empresa es el principal mercado potencial de los ISP. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, el 92% de las *pymes* españolas usan el *e-mail*, un 52% dispone de sitio *web* corporativo y tan sólo el 8,8% de las ventas se realizan a través del comercio electrónico. A medida que Internet está ganando protagonismo, las *pymes* se están dando cuenta de que externalizar dichos servicios supone un importante ahorro de recursos. Por ejemplo, a un pequeño negocio no le sale rentable contratar varias líneas de telecomu-

Los principales ISP apuestan por el canal

- **Acens.** Este proveedor tiene en marcha una batería de acciones concretas para el canal de distribución, basadas en la promoción de diferentes productos, como *acensExchange*, *acensBackup* y *Multiplan*. La compañía dispone de un servicio multiplataforma específico para sus *resellers* y realiza a menudo jornadas de formación específicas para el canal en las zonas donde tienen presencia, como Madrid, Barcelona y Valencia.
- **Arsys.** La compañía cuenta en su canal con figuras como el mayorista de dominios o el Plan ISP. No obstante, prácticamente cualquier servicio de Arsys es susceptible de ser comercializado fácilmente gracias a la tecnología denominada Panel de Control, que permite vender sus servicios con facilidad. Además, cuentan con otras herramientas, como una aplicación para registrar dominios que se integra en la página web del distribuidor o una *extranet* para gestionarlos de forma automática y transparente.
- **Strato.** Esta compañía cuenta con un programa de afiliación a través de *Zanox*, el *partner* que ha elegido para gestionar su canal de distribución en Internet. Dicho socio se encarga de promocionar los productos del fabricante a través de las webs de los afiliados y el principal requisito para trabajar con Strato es tener una página con una temática que no resulte ofensiva. *Zanox* es quien se encarga de pagar al afiliado por incluir la publicidad en su site o hacer recomendaciones en los foros *on line*.

nicaciones o de electricidad para tener siempre garantizada su conectividad, algo que sí le ofrecen los proveedores especializados. Eso por no hablar del coste que puede suponerle la internalización de los recursos humanos suficientes para proporcionar un servicio *web* de calidad.

Oportunidades para el canal

Los avances en este sector van a generar un nuevo escenario de necesidades de los clientes y atractivas posibilidades de negocio para los distribuidores. El *hosting* y los servicios de Internet son sectores consolidados y en continuo crecimiento, por lo que pueden proporcionar notables beneficios al canal. Enrique Paramá, de Arsys, explica que la flexibilidad del modelo de negocio de un ISP, combinada con una cartera de productos diseñada *ad hoc*, permite a un distribuidor comercializar fácilmente sus propios servicios, con su marca y una política comercial personalizada, mientras que José Antonio Baena, de Acens, destaca que la principal oportunidad para los distribuidores es la generación de proyectos de valor para sus clientes, "por lo que les aportamos servicios y herramientas para ofrecer soluciones de calidad". El *country manager* de LeaseWeb sentencia que hay un enorme potencial en este mercado, que no para de crecer gracias a la digitalización de activos, la penetración de la banda ancha y la irrupción de la Web 2.0.

Todos los proveedores consultados aseguran que el canal con el que trabajan puede vender todos los productos y servicios que integran en su *portfolio*. Con respecto a los márgenes, desde Acens señalan que los *resellers* tienen hasta un 10% de rentabilidad, una cifra que, además, sube cuando se trata de entornos de servicios de alojamiento compartido. Por su parte, Arsys deja que sean los propios distribuidores quienes fijen su política comercial y su margen de beneficios, aunque apunta que si el precio de un dominio es de 14 dólares/año, en el mercado su coste suele rondar generalmente los 25 euros. En cuanto a LeaseWeb, Cheney explica que todo depende del valor añadido que se aporte, pero el beneficio puede alcanzar hasta el 25% cuando los volúmenes son sustanciales.

Los distribuidores proporcionan a los ISP la capilaridad necesaria para llegar al mercado y complementan la oferta de estos con sus servicios de diseño *web*, desarrollo y consultoría. El director de marketing de Arsys desvela que va a potenciar su

canal con diferentes iniciativas y programas, aunque para trabajar con Arsys basta tan sólo con querer distribuir sus productos y ponerse en contacto con ellos para analizar la mejor forma de llevar esa colaboración a buen puerto". Acens, por su parte, ha dividido su canal en tres figuras (*resellers*, distribuidores y prescriptores), y el perfil más común de entre sus socios es el de las firmas de desarrollo *web*, aunque cada vez trabajan con más consultoras, integradores y agencias interactivas y de comunicación.

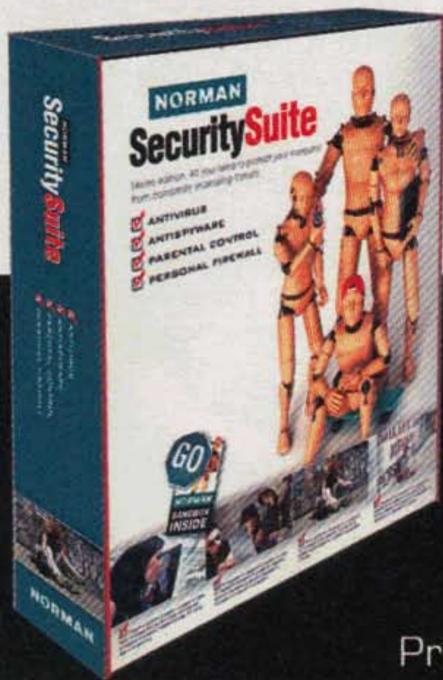
Tendencias de futuro

Tan sólo el 31,2% de las empresas españolas subcontrata algún servicio tecnológico a un proveedor externo, según el INE, por lo que no hay duda de que las posibilidades de crecimiento de este mercado son muy importantes. Además, hay muchas voces que sostienen que, en realidad, no hay tope en los servicios TI que una empresa puede externalizar. Actualmente, en el mercado del *hosting* se tiende a demandar aplicaciones en modo ASP o SaaS (vender el software como un servicio), es decir, que las aplicaciones que utilizan en su actividad empresarial (facturación, gestión de clientes, CRM o ERP, por ejemplo) 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 y agentes comerciales, gracias al uso de los dispositivos móviles. "Teniendo en cuenta la evolución lógica de este mercado, todas estas aplicaciones podrían ser comercializadas por el canal entre sus clientes en un futuro con su propia marca", concluye el director de marketing de Arsys. ■

I N F O R M A C I Ó N

<p>Acens 902 901 020 www.acens.es</p>	<p>Leaseweb www.leaseweb.com</p>
<p>Arsys 902 115 530 www.arsys.es</p>	<p>Strato 00 800 800 700 70 www.strato-alojamiento.es</p>

¿Quieres dar a tus clientes las **SOLUCIONES AntiVirus** más **EFFECTIVAS**?
¿Y las más **RENTABLES** para tu **NEGOCIO**?



NORMAN
DATA DEFENSE SYSTEMS
SecuritySuite
■ Antivirus ■ AntiSpyware ■ Control Parental ■ Firewall Personal

OFERTA ESPECIAL

*Llévate 20 unidades de Norman Security Suite Total Protection con un 50% de descuento
y 20 Memorias USB de REGALO!!

Promoción válida del 01/06/2008 al 31/08/2008

50%
descuento*

Precio del Pack Oferta: 550€ + iva
Lote valorado en más de 1200€ + iva

Hágase Distribuidor Autorizado y disfrute del mejor soporte y descuentos especiales

NORMAN Mayorista Oficial
DATA DEFENSE SYSTEMS
Al-Tec Redes y Sistemas, S.L.
Carrera de Limoneros, 6
04006 · ALMERIA
distribucion@al-tec.es

AI-Tec
INFORMÁTICA
950 268 167

