

ACENS

## “Nuestro objetivo es dar una solución completa de Internet”

Cristina López

**D**espués de 13 años de andadura, Acens ha cerrado su último ejercicio fiscal facturando 31,2 millones de euros. Atrás deja una larga historia cuajada de cambios de accionariado, adquisiciones y, sobre todo, ampliación de la cartera de productos para evolucionar al ritmo de los tiempos y, muy especialmente, al compás de los clientes.

Jesús Justribó, director financiero de Acens, recuerda los comienzos de la compañía, cuando operaba como “revendedora de servicios de alojamiento”. El centro de datos por aquél entonces (año 1997) se encontraba en Rapsidite USA, empresa que contaba con el 60 por ciento del accionariado de Acens, y en España un pequeño equipo captaba clientes desde unas oficinas ubicadas en Madrid y pagaba a Rapsidite USA por utilizar sus instalaciones al otro lado del Atlántico. Justribó explica que “Rapsidite USA se dedicaba al negocio de Internet en Florida y lo que hizo fue exportar el modelo de negocio a nuestro país, para lo cual contactó con cuatro accionistas individuales que aportaron el 40 por ciento del capital”.

Comenzaron con dos productos, dominios y planes de alojamiento compartido, y así llegaron a 2001, “sin ser todavía rentables”, puntualiza el directivo, pero con cerca de 20.000 clientes alojados en Estados Unidos. “Por aquél entonces crecíamos a buen ritmo, en torno a los 5.000 clientes anuales con un perfil de empresa amplio, desde una pyme a una gran cuenta. Contábamos con grandes marcas como TelePizza o Burger King, por ejemplo”.

### CPD propio en 2001

Sería precisamente en 2001, justo a los cuatro años de su nacimiento, cuando la compañía atraviesa una etapa de cambios decisivos para su buena marcha. “Ese año, Acens recibe la entrada de nuevos accionistas, construye su propio CPD en España y entra en dos nuevos negocios”, resume Jesús Justribó. Cada cambio introducido dio paso al siguiente: el negocio iba bien y se optó por buscar nuevos accionistas para ampliar la liquidez financiera, al final se apuntaron las empresas de capital riesgo JP Morgan, Society General, Aleph Capital y Kiwi; los dueños entrantes aportaron 12,5 millones de euros que permitieron crear el CPD de Acens en Madrid, con el objetivo en mente de “traer a España

*“A mediados de 2001, de los 3.000 metros habilitados para clientes, contábamos con 200 metros cuadrados ocupados con 20.000 cuentas y al cierre de 2009 sólo tenemos un 30 por ciento del espacio libre”*



# CENTRO DE DATOS

## visitamos el CPD de

todos esos clientes que la compañía tenía alojados en Florida”, añade Justribó. “Este último propósito, además del componente de negocio que tenía, implicaba un claro ahorro de costes fijos al no tener que pagar a Rapsidite USA por el uso de sus instalaciones”.

Como colofón, y en vista de que ya contaban con *data center* propio, apostaron por ampliar su cartera de servicios ofreciendo *co-location* y *housing*. “Así cerramos nuestra propuesta con una oferta de dominios, alojamiento compartido, servidores dedicados y *housing*”, aclara el director financiero.

El centro de datos se terminó de construir en mayo de 2001 y cuenta con 4.500 metros cuadrados repartidos en cuatro plantas, más otra adicional dedicada a parking, de los cuales 3.000 metros cuadrados están pensados para alojar clientes. “A mediados de 2001, de los 3.000 metros, contábamos con 200 metros cuadrados ocupados con los 20.000 clientes traídos de Florida y, al cierre de 2009, sólo tenemos un 30 por ciento del espacio libre”.

### Más que conectividad

A la empresa le preocupa bastante dejar claro que no son sólo un proveedor de conectividad y alojamiento, “nuestro objetivo es dar una solución completa de Internet”, advierte Justribó. De hecho, a día de hoy, cuentan con 100.000 clientes de los cuales 35.000 demandan alojamiento compartido, 2.000 servidores dedicados, 250 *co-location* y unos 200 conectividad, siendo el resto clientes con dominios.

Con esta propuesta llegaron a 2006, año en el que alcanzaron los 4,6 millones de euros, para abrir un nuevo capítulo en su dilatada historia. Esta vez, las empresas de capital riesgo y los cuatro accionistas españoles que en su día aportaron el 40 por ciento de la financiación inicial para crear la compañía deciden vender su participación a Nazca Capital.

La nueva accionista pone al frente del barco a José Cerdán, antiguo miembro de Acens, e impulsa el negocio a base de adquisiciones. Fue así como se hicieron en 2007 con Hostalia y, al año siguiente, con las firmas Ferca y Veloxia.

Desde el primer momento, Hostalia ha sido usada como segunda marca de la compañía, más competitiva en precios que Acens y con marca propia “y es la que ha reportado más crecimiento”, detalla Jesús Justribó. Con Ferca y Veloxia se ha buscado más la masa crítica de clientes, de hecho al final se ha optado por hacer desaparecer las marcas.

En cualquier caso, al adquirirlas, el equipamiento de las empresas entrantes se integró por completo en el CPD de Acens, “alguna de ellas antes alojaba sus clientes en el centro de datos de Terremark, por ejemplo, y lo que hicimos fue migrar todos los clientes a nuestro *data center*”, indica el directivo. Con estas tres compras ganaron unos 15.000 clientes de dominios y alojamiento.

### Invierten 2,5 millones al año

Para el año en curso, las expectativas que maneja la compañía, con el 70 por ciento de su capacidad a pleno rendimiento, es seguir creciendo “a pesar de que este es un mercado muy atomizado”, reconoce Jesús Justribó. En principio, desde Acens calculan que no tocarán techo en cuestión de espacio hasta dentro de año y medio o dos y mientras seguirán invirtiendo anualmente una media de 2,5 millones de euros en mejoras y acondicionamiento del centro de datos, como vienen haciendo hasta ahora, “especialmente en habilitar espacio para clientes y lanzar nuevos productos y servicios”. Con respecto a este último punto, la línea de trabajo más novedosa es la virtualización, “en cuya aplicación a nuestros propios *data centers* somos pioneros en España”, matiza Justribó, así como propuestas en torno a la nube como un servicio realmente *cloud* para los clientes.

“También colaboramos activamente con Dell y Microsoft para impulsar el uso de servidores más potentes y económicos. Así como con NetApp para sacar adelante una oferta aún más completa, en prestaciones y costes, de almacenamiento compartido”. Otra línea a destacar son los servicios de correo *antispam* y anti-virus para servidores *in house* del cliente. En el campo de los dominios, Acens está desarrollando nuevas funcionalidades para clientes que sean propietarios de un gran número de éstos. Finalmente, en el segmento de *e-commerce*, la compañía acaba de lanzar nuevas tiendas *acensShop* que mejoran en prestaciones. —

JESÚS JUSTRIBÓ,  
director financiero de Acens.

