



LA ERA LA EMPRESA ONLINE

El software como servicio (SaaS) es la tendencia más fuerte del mercado IT. Permite ahorro en licencias y hardware, y parece el modelo ideal para que las pymes accedan a aplicaciones de punta a bajo costo. Pero demanda especial atención en las comunicaciones y la seguridad. ¿Cuál es el nuevo rol del tradicional implementador? Especialistas y proveedores hablan sobre la nueva generación de las soluciones on-demand.

Por JUAN M. TIRADO

En los últimos años, la palabra “servicio” ha sido la clave en lo que respecta al mundo IT, e involucra desde la ya no tan nueva arquitectura orientada a servicios (SOA, por sus siglas en inglés) hasta el más reciente esquema de *software on-demand*, mejor conocido como *software como servicio* (SaaS, por sus siglas en inglés). Este último consiste en un modelo de entrega de soluciones donde la compañía que quiere utilizar la aplicación solo tiene que firmar un contrato de servicio y suscribir el número de usuarios que utilizarían el *software*, mientras que este corre directamente desde el servidor del proveedor. Rompiendo el esquema de las aplicaciones instaladas, SaaS representa un cambio de paradigma que puede llegar a redefinir la manera como los *vendors* desarrollan y entregan sus soluciones a clientes finales.

Un estudio publicado recientemente por la consultora **Gartner** estima que, para el año 2012, por lo menos un tercio de las compañías migrarán su gasto de licencias a modelos de suscripciones. Con esto, las empresas podrían regular

y justificar mejor sus gastos relacionados con *software*. Gartner también vaticina que el modelo SaaS va a seguir en un crecimiento constante por los próximos cinco años, al menos. Este aumento estaría ayudado por los grandes *players* como **Oracle**, **SAP**, **Microsoft**, en lo que respecta a los *vendors* tradicionales, pero también se estima que jugadores como **Google** y **Amazon** tendrán un rol muy importante en este desarrollo.

Por ejemplo, Google acaba de lanzar un gama de paquetes de *software* llamado “Powered by Postini”. Esta nueva solución incluye servicios como Message Filtering (el servicio de **Postini** que filtra el correo no deseado y el *malware* de los mensajes entrantes), Message Security (filtrado de mensajes y mejor detección de virus) y Message Discovery (además de la seguridad, incluye un año de almacenamiento, retención y recuperación de mensajes). Estas nuevas *suites* se encuentran disponibles a través de la plataforma Google Apps, que incluye otros servicios ya conocidos como Gmail, Docs, Calendar, los



mensajes instantáneos de Talk y la función Start Page. Tanto el paquete convencional de aplicaciones como la nueva versión que incluye las herramientas de seguridad están disponibles bajo un modelo de suscripción.

Para Luis Perea, de **Intellect**, *partner* regional de **Salesforce.com**, la “belleza” del modelo *on-demand* radica precisamente en que, sin importar el tamaño de la empresa, los requerimientos para contar con una aplicación de este tipo son esencialmente los mismos: “Anteriormente, para instalar este tipo de aplicaciones, se requería una gran infraestructura y solo empresas muy fuertes tenían acceso a esta tecnología. Hoy, bajo un esquema de SaaS, tanto en una pyme de cinco usuarios como en una firma de 45.000, la infraestructura que se tiene que instalar para acceder a la aplicación es básicamente la misma”, señaló el ejecutivo.

A favor

Este nuevo esquema de entrega de aplicaciones tiene una serie de ventajas, y la principal es económica. Según la consultora **IDC**, para las compañías la razón para implementar SaaS está asociada con la reducción de los costos de IT.

Según Alberto Alpízar Acuña, gerente de Preventa y Soporte de **BD Consultores**, “el modelo SaaS permite a firmas que no tienen o no desean tener centros de cómputo especializados (con los costos relacionados de espacio, administradores, seguridad y soporte) contar con un contrato que permita obviar estos aspectos, de modo que la empresa se centre en sus objetivos de negocios y no en manejar sistemas. De igual modo, el suscriptor tiene flexibilidad para pagar solo los servicios requeridos y dejar de abonar aquellos que no necesite”.

“En el caso de las pymes, esto representa la gran ventaja de no tener que contar con mucha infraestructura ni con un departamento de IT, y esto hace que, para ese segmento, que es el más grande en la región, se vean grandes beneficios”, agregó Perea, de Intellect, quien ejemplificó: “cuando entró a funcionar la nueva versión de Salesforce.com, los 35.300 clientes pasaron automáticamente a ella sin

necesidad de ningún tipo de inversión. Cada uno de los usuarios se sentó a trabajar el lunes y ya tenía funcionando las mejoras”.

Juan David Cruz, especialista de **Magna Consulting**, resumió las ventajas del modelo de *software* como servicio de la siguiente manera:

| “Desde una perspectiva financiera, el modelo SaaS implica un costo mensual al cliente, a diferencia de adquirir un conjunto de activos tales como licencias, servidores y otros, los cuales tienen un valor inicial alto y están sujetos a depreciación”. |

Daniel Kawer,
de GBM.



Menor costo de despliegue.

Se pasa de un esquema de costos fijos (licencias) a uno de costos variables (pago por uso).

Se utiliza un modelo de distribución centralizado que reduce el *time to market*.

El usuario final se ve liberado de la gestión, el mantenimiento, las operaciones técnicas, el soporte y los cargos asociados a cada uno de estos aspectos.

En contra

Por otro lado, y como sucede con cualquier otro modelo de IT, SaaS tampoco representa la varita mágica en lo que respecta a la entrega de aplicaciones. Sobre esto, agregó Ricardo Jiménez, gerente de Desarrollo y *Marketing* de **Microsoft**: “aquellas organizaciones sin objetivos claros ni procesos de negocios bien definidos no estarán mejor con un esquema SaaS que con una aplicación instalada dentro en su propia infraestructura”.

Para Daniel Kawer, arquitecto de Soluciones de Gestión de Servicio de GBM Corporation, otra desventaja es que se pueden encontrar muchas organizaciones que vean como “riesgoso entregar el control de su infraestructura e información a terceras personas para que las administren, lo que hace lenta la adopción de estos modelos”.

La seguridad es uno de los puntos clave en el debate sobre la viabilidad del SaaS.

“El acceso que el proveedor de este servicio tiene a la información de la empresa es el tema más sensible. Sin embargo, debemos pensar que estas empresas generalmente tienen mayor capacidad para implementar esquemas robustos de seguridad, que la que tiene la mayoría de sus potenciales clientes o usuarios”, opinó Alpízar Acuña, de BD Consultores.

Por el contrario, Luis Murgia, vocero de **SAP** para Latinoamérica, argumentó: “como con toda nueva tecnología, ha habido en un comienzo algunas voces alertando sobre la potencial inseguridad derivada de poner información crucial en servidores de terceras partes. Sin embargo, ese resquemor ya prácticamente no existe”.

EL MODELO JUSTO

Por Juan David Cruz, Magna Consulting.

Las alternativas dentro del modelo SaaS se encuentran enmarcadas en aquellas que se enfocan en el soporte a la operación del negocio, como aplicaciones para la administración de recursos empresariales (ERP, por sus siglas en inglés) y manejo de nómina, soporte a las comunicaciones, integración de aplicaciones y soluciones para la administra-

ción de la relación con clientes (CRM, por sus siglas en inglés). En este aspecto, **InfoWorld** clasificó los sistemas que pueden ser distribuidos a través del modelo SaaS en cuatro grupos: *Back Office*, Mensajería, Integración y CRM.

En el primer grupo, se encuentran todas las aplicaciones que soportan la operación del negocio, tales como ERP, gestión de compras, gestión de recursos humanos y manejo de ciclos de vida de productos, entre otros. En el segundo, se enmarcan las aplicaciones que permiten a las

compañías implantar sus sistemas de comunicaciones internas, las cuales incluyen el correo electrónico y mensajería instantánea. En el tercer conjunto, están los servicios que permiten integrar diversas aplicaciones que se encuentran en las empresas. Por ejemplo, integrar el ERP con la solución de recursos humanos. Y el cuarto grupo incluye el servicio de CRM, cuyo diseño puede ser generalizado para la mayoría de las empresas.

Jairo Porras, gerente de Cuentas *Partner* de Microsoft Caribe y Centroamérica, manifestó que, al igual que en otros esquemas, la credibilidad de un proveedor de aplicaciones (y, por ende, de su negocio) estará directamente ligada a la seguridad y principalmente a la privacidad con la que maneje los datos de sus suscriptores. Para esto, es crítica la implementación de modelos de control y administración continua de la seguridad que garanticen un manejo responsable del riesgo de tener dichos datos en manos de un tercero.

Una herramienta fundamental en lo que se refiere a la contratación de servicios *on-demand* de *software* es el contar con contratos de servicio y, sobre todo, de confidencialidad que aseguren de la mejor manera posible la información de los usuarios de dicha aplicación. “Los contratos pueden incluir cláusulas que protejan al cliente en caso de que se produzcan fugas de información que perjudiquen a la empresa”, señaló Alpízar Acuña, de BD Consultores.

“En el caso de Salesforce.com, ellos ya tienen sus contratos definidos a la hora de firmar con sus clientes y muchas de esas pautas están disponibles en el sitio *web*, pero básicamente existen varios niveles de seguridad para poder garantizar la información a nuestros clientes”, agregó Perea, de Intellect.

Para Kawer, de GBM, “es de igual importancia tomar en consideración la seguridad de las co-

| “Las últimas predicciones de IDC para América Latina indican que 2008 será un año de transición de la infancia a la etapa de desarrollo para el modelo de SaaS en la región”. |

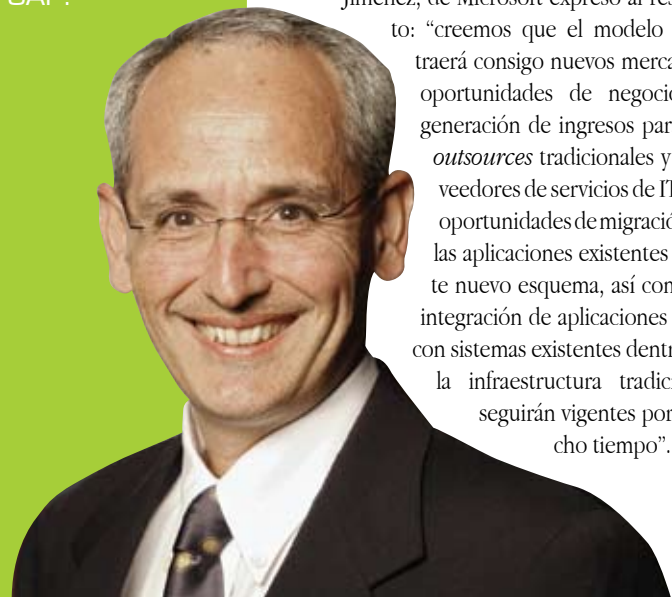
Luis Murgia,
de SAP.

municaciones, ya que típicamente en los modelos SaaS los servidores se encuentran en redes ajenas a las del cliente, por lo que hay que resguardar también la información en tránsito”.

Juegos de rol

Una de las características que tiene el modelo de *software* como servicio es que, al no tener que estar instalado en las máquinas de la compañía y no tener que hacer un despliegue de varios meses, el rol del *partner* local pareciera verse en peligro frente a un esquema tradicional donde los *vendors* dejan en manos de sus implementadores regionales la tarea de instalar y dar soporte a las diferentes aplicaciones.

Jiménez, de Microsoft expresó al respecto: “creemos que el modelo SaaS traerá consigo nuevos mercados, oportunidades de negocios y generación de ingresos para los *outsources* tradicionales y proveedores de servicios de IT. Las oportunidades de migración de las aplicaciones existentes a este nuevo esquema, así como la integración de aplicaciones SaaS con sistemas existentes dentro de la infraestructura tradicional seguirán vigentes por mucho tiempo”.





A SU SERVICIO

Mario Typaldos, gerente de Desarrollo de Negocios de Solusoft, implementadora de soluciones SaaS, explica algunas ventajas del modelo.

- Costo total de propiedad (TCO, por sus siglas en inglés) más bajo, ya que se requiere menos capital inicial para la adquisición y mantenimiento de *hardware* y demás infraestructura IT.
- La inversión inicial es menor, ya que el cliente hace pagos mensuales por el uso en vez de des-

embolsar grandes cantidades por adelantado.

- No se requieren migraciones ni actualizaciones a nuevas versiones, porque el proveedor se encarga de estos procesos y es transparente para el usuario.
- Acceso a la información y reportes en tiempo real desde cualquier sitio y en cualquier momento, ya que todo es ofrecido vía *web*.
- Mayor competitividad para los clientes, ya que se pueden enfocar en administrar su negocio y no en su *software*.



Perea, de Intellect, se refirió al rol de su compañía como *partner* local de Salesforce.com en la región: “nuestro valor agregado está en poner a disposición de nuestros clientes no solo la herramienta para la cual estamos certificados, sino también en tratar de aportar la experiencia que trae el equipo de trabajo. El negocio de integración, en este caso, se encuentra en el capital Intelectual y las consultorías”.

“SaaS se vislumbra como una oportunidad de los canales para generar valor a partir de las aplicaciones *front end* existentes para el usuario final y la infraestructura sobre las que se montan (por ejemplo, Internet y movilidad), sus innovaciones tecnológicas y la disponibilidad de esas soluciones, sobre todo para aquellas firmar enfocadas a la adopción de este esquema”, opinó Murgía, de SAP.

“En caso de que los canales locales decidan ofrecer soluciones utilizando el modelo SaaS, estos deben de tener la infraestructura necesaria para poder manejarlo”, expresó Kawer, de GBM. “Además, el proveedor de servicio debe ofrecer como parte del paquete aquellas funciones típicas que acompañan una implementación IT,

como son la gestión de respaldo, la operación y la gestión de disponibilidad”.

Ventajas

Si hablamos en términos generales, la mayoría de los expertos consultados coinciden que el entregar aplicaciones bajo un esquema *on-demand* va a beneficiar principalmente al grueso del mercado de Latinoamérica, que está conformado por las pequeñas y medianas empresas que no quieren o no pueden invertir en la infraestructura necesaria para correr *software* de este tipo.

“Estas soluciones aplican de primera entrada a la pyme y a cualquier tipo de empresa que prefiera dejar el *expertise* de un tema particular a una compañía proveedora experta en el área”, comentó Kawer, de GBM.

Jiménez, de Microsoft, agregó: “es útil para los consumidores, aquellos que no contaban con el capital para adquirir un paquete tradicional o que, debido a múltiples regulaciones, les es complicado mantenerse al día con las últimas tecnologías disponibles, como el sector público”.

Según Cruz, de Magna Consulting, “el modelo de SaaS permite llegar a compañías de diversos sectores que no disponen de recursos elevados para invertir en infraestructura, licencias y soporte. Dado este panorama, desde el punto de vista de los usuarios finales, las empresas que más se beneficiarían serían aquellas cuyo *core business* no es la tecnología, pero que requieren de sistemas robustos para apoyo a la toma de decisiones”.

De acuerdo a este especialista, para los desarrolladores y los ISV (*Independent Software Vendors*), este modelo les permite disponer de un ingreso periódico (por cuenta de las suscripciones a los servicios), entregar de forma más eficiente las soluciones a los usuarios, reducir la piratería y bajar los recursos requeridos para desarrollo y mantenimiento.

Sobre esto, Jiménez opinó: “desde el punto de vista de los productores de *software*, la clave la tienen aquellos que logren combinar una oferta de servicios que se expandan a través de aplicaciones empresariales y de consumidor final sumado a un *expertise* en operar servicios basados en Internet de gran escala y gran volumen”. ■

