

# X-aaS:



# ventanas de op



# Oportunidad

**Software como servicio, Infraestructura como servicio, Almacenamiento como servicio, Seguridad como servicio...y la lista podría seguir creciendo, porque, prácticamente, todos los recursos tecnológicos pueden ser tercerizados. De ahí la relevancia del tema, pues es el momento ideal para que el distribuidor pruebe su capacidad de abrir nuevos negocios con aristas tan diversas como las luces que se proyectan cuando refleja el sol en los cristales.**

**A**ntes de entrar de lleno en el tema de las oportunidades que presentan los servicios administrados, es necesario precisar qué son, tomando como referentes las definiciones de los expertos consultados, quienes coinciden en que el término se circunscribe al hecho de que una empresa pague una cuota mensual o precios bajo demanda por tercerizar sus operaciones tecnológicas. Es decir, en lugar de contar con un departamento de TI que administre y opere su centro de datos (si lo tiene), dé soporte a sus equipos y man-

**Las PyMEs también demandan la entrega de servicios tecnológicos, principalmente, por la ventaja que representa suprimir la inversión para obtener tecnología y poderse mantener actualizado.**

tenga al día toda la infraestructura, estas tareas son delegadas a un Canal.

La definición incluye eliminar la necesidad de comprar dichos equipos e infraestructura, pues tanto el licenciamiento de software, como el hardware, pueden manejarse en el esquema de renta.

Ahora bien, revisar el ventanal de negocios que abren los servicios administrados cobra importancia en este momento, debido a que son el segmento que presenta mayores oportunidades de crecimiento, explica Jerónimo Piña Chávez, consultor de Soluciones Empresariales de Select.

El analista puntualiza que para este año se pueden esperar crecimientos en la penetración de esta modalidad de negocio de entre el 15% y 20% en nichos como empresas medianas y grandes, o el sector gobierno, pues se trata de espacios que tienen mayor experiencia en la adopción de nuevas formas tecnológicas.



Manuel Castilla, gerente de Marketing de la División de Software de HP Enterprise Business de HP



Jorge Gómez, director de Desarrollo de Negocios de Intel México

Esto es importante porque hace unos años el problema era hacer que las empresas admitieran su necesidad de adoptar tecnología y de migrar a las opciones más novedosas; ahora que se ha superado esa barrera, los empresarios están conscientes de la importancia de convivir con las opciones que ofrece la tecnología y los obstáculos son, principalmente, financieros.

En este sentido, Manuel Castilla, gerente de Marketing de la División de Software de HP Enterprise Business de HP, opina que las expectativas de crecimiento del negocio de servicios administrados se disparan debido a que hoy en día las empresas buscan optimizar sus recursos. Para esto, están empezando a confiar más en el consultor tecnológico y dejando en sus manos la operación de los recursos para concentrarse en su negocio.

Esta es la raíz del argumento de venta más sólido que podrá encontrar el Canal para explotar este negocio: al adquirir servicios por renta mensual o por contrato, el cliente se ahorra los costos que representa equiparse con infraestructura propia y además evita pagar por un equipo de profesionales de Tecnologías de la Información y Comunicación fijo.

Al respecto, coincide Jorge Gómez, director de Desarrollo de Negocios de Intel México, quien señala que lo más importante para el distribui-

dor es entender el negocio de su cliente y hacerle ver que lo que están haciendo es quitarle la preocupación sobre la tecnología, y después ser capaz de definir y explicarle cuál es el retorno de inversión al utilizar esta modalidad.

Hay que destacar que la adopción de los servicios administrados debe ser funcional para sus clientes, sin importar la infraestructura de hardware que tenga, y debe garantizar disponibilidad y acceso a los recursos, pues de otra forma el valor agregado del Canal se pierde.

De igual manera, en cuanto a software, Alex Kato, vicepresidente para Latinoamérica de Kaseya, afirma que el éxito de este modelo comercial reside en analizar en conjunto con el usuario sus necesidades y así determinar el punto óptimo de licenciamiento que el cliente necesita.

Aarón Olmedo, director de Marketing en Siemens Enterprise Communications, agrega que otra ventaja que debe ser utilizada como argumento por los distribuidores es, sin duda, el hecho de que los servicios administrados ponen al alcance del usuario una solución alternativa para aquellos que desean estar siempre actualizados en materia de tecnología, pues al cubrir sus necesidades en este rubro, basándose sólo en un servicio, el cliente evita volverse obsoleto, reduciendo, considerablemente, el costo que podría alcanzar la inversión para equiparse por sí mismo.

Todos estos argumentos presentan un reto para los Canales, que consiste en buscar acercarse al área financiera, debido a que el principal motor de adopción de los servicios administrados reside en la reducción de costos para el usuario. De ahí que la persona a convencer es al director general o al encargado de la toma de decisiones financieras, y no precisamente al staff técnico de una empresa.

## ¿CÓMO ABRIR LA VENTANA?

Con todos estos argumentos en mente, queda en el aire la pregunta: ¿cómo garantizar el éxito del negocio con servicios?

Existen un par de factores clave, el primero de ellos es el perfil del Canal que puede obtener mayores ventajas, que, como señala Plinio Targa, director General de Siemens Enterprise Communications, será aquel distribuidor con experiencia y conocimiento en redes, ya que ésta es la base requerida para desarrollar la capacidad de integrar y proveer servicios.

El segundo secreto para ser exitoso en el sector de los servicios administrados consiste en generar economía de escala, indica Kato, de Kaseya, pues se trata de un negocio de volu-

## Limpiando el cristal

El negocio de servicios administrados acarrea un par de mitos que son importantes aclarar para aprovechar el esquema. El primero se refiere a los márgenes de ganancia menores en comparación con los que reporta el negocio de hardware, ante el que Plinio Targa, de Siemens Enterprise Communications, señala que esto no es real.

“Cuando se habla de cajas, se trata de kilos de hardware contra kilos de hardware del competidor, pero cuando nos referimos a servicio, indicamos integración y esto ayuda al cliente a ahorrar costos, y así se observa mayor valor en las soluciones”, dice el ejecutivo.

De esta manera, la integración de soluciones como servicio desmiente que el margen sea menor; además, como ya se dijo, el de servicios es un negocio basado en la economía de escalas. La clave para que el margen no sea mejor que en el hardware es que permite atender a más clientes.

El segundo mito que es importante develar hace referencia a que los servicios administrados son sólo para corporativos y gobierno; según Kato, de Kaseya, actualmente, las PyMES (Pequeñas y Medianas Empresas) también mandan la entrega de servicios tecnológicos, principalmente, por la ventaja que representa suprimir la inversión para obtener tecnología y poderse mantener actualizado, exactamente, en la misma tendencia que el gobierno. ▀



Aarón Olmedo, director de Marketing en Siemens Enterprise Communications



Alex Kato, vicepresidente para Latinoamérica de Kaseya

men que mientras más nodos soporta, mejores beneficios reporta.

El ejecutivo puntualiza que esto sólo se puede lograr a través de la automatización, debido a que la clave no está en qué tan caro vendes los servicios, sino qué tan eficiente eres para atender a muchos clientes de manera simultánea.

En este tenor, tal vez el paso más importante es la migración y la disposición a funcionar como Canal híbrido, ya que si usted viene del negocio tradicional de vender hardware, deberá aprender a acompañar y mejorar su oferta con la prestación de servicios.

Por el contrario, si su empresa nació dedicada a los servicios, tome en cuenta el comentario de José Manuel Guede, director de SAP BusinessObjects para México y Centroamérica: "el Canal que sólo vende cajas, sin duda, le lleva una ventaja económica por el dinamismo propio de ese tipo de negocio, pero si usted aprende a completar su oferta de servicios con las cajas

**El negocio de servicios administrados le permitirá explotar al máximo los valores agregados particulares que su empresa puede brindar en una implementación o asesoría tecnológica, lo que permitirá crear lazos estrechos y duraderos.**

correspondientes, se convertirá en el asesor estrella de su cliente".

#### LAS OPCIONES

Para disparar este negocio, Jerónimo Piña, de Select, apunta que los fabricantes han respondido con alternativas que pueden reportarle al Canal márgenes de ganancia de hasta el 30 por ciento, veamos algunas de ellas.

Intel, por ejemplo, ha trabajado de cerca con el partner en el diseño de equipos con procesadores vPro, que permiten el manejo y administración remota de PCs y laptops, los cuales dan pauta a los socios de ofrecer servicios administrados con el valor agregado de mantener todas las plataformas monitoreadas, actualizadas y, sobre todo, una relación a más largo plazo con el cliente.

Jorge Gómez agrega que, a lo largo de 2011, Intel tiene planeado actualizar esta oferta y presentar servidores con procesadores vPro integrados, lanzamientos que estarán acompañados de programas de incentivos y de capacitación para sus socios.



Plinio Targa, director General de Siemens Enterprise Communications

# La nube, enemigo o aliado para el distribuidor...

**PANDA**  
SECURITY

El concepto de "Cloud Computing", o "Computación en la Nube", tiene diferentes significados y depende, directamente, del modelo de negocio y las estrategias que cada fabricante quiera presentar. En términos generales, el concepto tiene que ver con "cualquier proceso que se ejecute por fuera de los confines de la empresa", esto puede ser también interpretado en una definición más amplia como "Business Process Outsourcing (BPO)", debido a que en la mayoría de los casos lo que en realidad se contrata son servicios administrados por terceros.

En lo que la mayoría de los fabricantes sí coinciden es que este modelo de negocios ofrece una gran variedad de beneficios para los clientes, que optan por evolucionar a la par de la tecnología.

Dentro de los beneficios más sobresalientes podemos enumerar: el pago justo por el uso del servicio, la facilidad de ampliar o reducir los servicios contratados de acuerdo con las necesidades

de la empresa, ahorros substanciales frente a presupuestos de TI muy limitados, la falta de personal especializado y el coste que supone su contratación y adaptación a los cambios continuos en el negocio.

Es por eso que este modelo se ha convertido en una interesante y preferente forma de cubrir las necesidades de soluciones TI en las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), dando así oportunidades a que el Canal de distribución tradicional evolucione y se especialice, pudiendo convertirse en MSPs (Managed Service Providers) o proveedores de servicios administrados.

En el caso del modelo de negocios de Panda Security, este ofrece al Canal tradicional de distribución de soluciones de TI alternativas para la comercialización de productos de seguridad, bajo el concepto de SaaS, o Software as a Service, pero enfocado en seguridad informática, por lo que Panda optó por llamarlo "Security as a Service".

La oportunidad de negocio se crea para el distribuidor a partir de que las soluciones de Security as a Service permiten:

- Satisfacer las necesidades demandadas por las empresas.
- Incrementar los ingresos recurrentes.
- Ahorrar tiempo e incrementar la rentabilidad de los servicios.
- Mejorar la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.
- Aumentar la eficacia operativa.
- Aumentar el ratio de fidelización de los clientes.

Dentro de la cartera de soluciones en la nube, Panda tiene varias opciones, mismas que se pueden implementar solas o combinadas, dándole mayores opciones de seguridad a las empresas

y, por consecuencia, más opciones de negocio a los distribuidores.

- **Panda Cloud Protection:** es un innovador servicio alojado por Panda Security y gestionado por proveedores de seguridad, que ofrece protección continua y desatendida para endpoint y correo.
- **Panda Cloud Office Protection:** es la solución de seguridad para endpoint de Panda Cloud Protection, este servicio ofrece protección anti-mailware y firewall basados en la nube.
- **Panda Cloud Email Protection:** es la solución de seguridad para E-mail (Correo Electrónico) que le permite centrarse en su negocio, liberándose de las tareas de gestión y de los costes operativos de las soluciones de seguridad tradicionales.
- **Panda Cloud Internet Protection:** es la solución de seguridad que permite a las organizaciones proteger a cualquier usuario de Internet, sin importar el dispositivo y lugar del mundo.

Debido a su simple estructura y fácil implementación, las soluciones de seguridad que ofrece Panda Security, desde la nube, ayudan a que las empresas reduzcan en gran proporción los costes de hardware y software, además de hacer más eficiente el área de TI, trasladando recurso que hoy se utilizan en personal especializado a un servicio gestionado por una fracción del costo.

Invitamos a todos los distribuidores a experimentar con este modelo de negocios que fuera de salirse de lo tradicional, ofrece muchas ventajas y un gran crecimiento a futuro, las soluciones en SaaS cada día son más adoptadas por las empresas, no dejes que otro te gane tu oportunidad.



**Benjamín Kroitoro W.**  
Director General  
Panda Software, S.A. de C.V.  
[benjamin.kroitoro@mx.pandasecurity.com](mailto:benjamin.kroitoro@mx.pandasecurity.com)



José Manuel Guede, director de SAP BusinessObjects para México y Centroamérica

Por su parte, Siemens maneja dos enfoques, uno es el de Business Managed Services, de servicios estandarizados, paquetizados con niveles de servicios fijos que funcionan para empresas con un rango de 50 a 300 usuarios.

Por otro lado, el segundo enfoque es el que la compañía ha llamado trajes a la medida, Customized Managed Services, opción que permite al Canal entregar soluciones que integran componentes de voz, LAN Switching, seguridad y comunicaciones unificadas, dependiendo de las necesidades del cliente.

Olmedo explica que uno de los principales objetivos de la empresa es acompañar al distribuidor en el proceso, por lo cual lo respaldan en la prestación de servicios, con el propósito de consolidar la relación de confianza con el usuario durante los primeros tres años.

**Recuerde que el negocio de servicios administrados le permitirá explotar al máximo los valores agregados particulares que su empresa puede brindar en una implementación o asesoría tecnológica, lo que permitirá crear lazos de negocio más fuertes con sus clientes.**

Justo en el medio, con opción de hardware y software, se ubica HP, que presenta un subset de servicios que le ofrecen al Canal cuando se busca una solución de outsourcing: infraestructura de centros de datos, administración de la mesa de ayuda, de producción y distribución de software, de equipos de escritorio y soluciones inalámbricas, soluciones de cómputo bajo demanda y de aplicaciones empresariales.

Esto con dos opciones para trabajar: la primera con un esquema de pagos fijos y el Canal revende los servicios, o bien el distribuidor los ofrece desde su propia infraestructura con su personal certificado, explica Castilla, de HP.

En cuanto a la oferta en software, está la solución de Kaseya, una plataforma integrada para el tercerización de servicios de soporte que permite sostener muchos nodos de información, que, a decir de Kato, asegura que las empresas se vuelvan más competitivas y logren mejores economías de escala.

Por último, SAP, que ofrece soluciones como Business by design, una plataforma de ERP (Enterprise Resources Planning) modularizado, y Streamwork, una aplicación colaborativa de seguimiento de tareas.

A decir de Guede, la propuesta de la compañía consiste en tener en la infraestructura propia del cliente las aplicaciones críticas de negocio y utilizar sistemas como los ERP y CRM (Customer Relationship Management) en el modelo de servicios administrados.

#### DE PAR EN PAR

Con esto, el Canal puede ver que existen opciones en el mercado para trabajar en este modelo y obtener buenas ganancias, y si bien hay expertos que reconocen que la adopción está siendo más lenta de lo que se esperaba, lejos de ser una desventaja, sólo le da mayor tiempo al distribuidor para probar sus capacidades en el área.

Recuerde que el negocio de servicios administrados le permitirá explotar al máximo los valores agregados particulares que su empresa puede brindar en una implementación o asesoría tecnológica, lo que permitirá crear lazos de negocio más fuertes con sus clientes.

Si quiere ser de los primeros en llegar a la carrera de los servicios, empiece ahora y abra la ventana de las nuevas oportunidades. ▮