

Los caballos de batalla del modelo SaaS

A pesar de que la tendencia es de crecimiento, los números cantan: el modelo SaaS (Software as a Service) aún está en pañales en España. Según el [informe IDC de 2009](#) sobre la penetración del modelo SaaS en nuestro país, sólo el 22% de las empresas lo conocen, y tan sólo el 6% lo utilizan. La parte positiva es que **el 89% de las empresas** que tienen algún componente en modelo SaaS lo siguen utilizando.

En cuanto a las perspectivas de futuro, el mismo informe estima que para 2012 el 18% de las empresas españolas utilizarán el modelo SaaS y el 59% conocerán en qué consiste. Luego el futuro se plantea esperanzador.

Sin embargo, actualmente las empresas siguen presentando bastantes reticencias a un modelo que no acaban de entender.

El modelo SaaS se fundamenta en una superación del modelo de software basado en la compra de licencias y en la propiedad del software. Somos muchos los que creemos que ese modelo ya está obsoleto y que lo que las empresas deben comprar son servicios, no productos. Servicios de valor añadido que resuelvan los problemas empresariales y que se centren en el negocio.

Este modelo, como era de esperar mucho más consolidado en los EE.UU., está penetrando con cierta lentitud en España. Las reticencias de los clientes a adoptar este modelo son básicamente 3:

1. Geolocalización: ¿dónde están mis datos?
2. Seguridad: ¿Cómo sé que mis datos van a estar seguros?
3. Pago recurrente: ¿Por qué tengo que pagar todos los años por algo que ya tengo?

La primera de las objeciones que ponen las empresas al modelo SaaS es quizás la más fácil de rebatir intelectualmente, aunque la más difícil de vencer emocionalmente. Todos podemos comprender que es indiferente dónde se encuentren físicamente los datos de una empresa siempre que estén accesibles en la forma y manera que se desee. Y sin embargo aún sigue imperando en muchos empresarios el factor psicológico de ceder la gestión de los datos corporativos a terceras empresas. Es como digo una cuestión psicológica, cuyo principal factor de influencia es el miedo ante la (aparente) falta de control sobre la información corporativa. Contra esta sensación, esta percepción, la única receta es tiempo y evangelización del modelo.

Rebatir la objeción sobre la seguridad de los datos es mucho más fácil. ¿Acaso no estarán más seguros los datos en empresas cuyo negocio depende exclusivamente de

que los datos de sus clientes estén seguros? La clave es elegir una empresa sólida, fiable y que ofrezca unos excelentes niveles de SLA. Las empresas no pueden (o no deberían) invertir en caros sistemas redundantes, complejos algoritmos de backup y protocolos ante desastres naturales. Ese sector es ya tan complejo e importante como para que haya empresas especializadas en estos sistemas. Dejemos pues que estas empresas se encarguen de la seguridad de nuestros datos para que nosotros podamos centrarnos en nuestro negocio.

La tercera reticencia, referente al pago recurrente del modelo SaaS, se basa en una falacia. Y esa falacia es pensar que al adquirir un software en modelo tradicional no existen pagos recurrentes. Como sabemos el modelo SaaS se basa en el pago por uso: a través de un pago mensual, el cliente tiene acceso al software a través de un navegador, sin tener que preocuparse de compras de licencias de software, compras de servidores para instalar el software, actualizaciones de software, mantenimiento, etc. Ese pago mensual es el único coste de la plataforma, con lo que no existen costes ocultos y por tanto las empresas pueden realizar sus proyecciones de gastos sin sobresaltos de última hora.

En un modelo tradicional se argumenta que, una vez compradas las licencias, ese software ya es propiedad del cliente y no hay otros gastos recursivos. Falso.

Para empezar, la mayoría de los programas de software (sobre todo los orientados a la gran cuenta), exigen un mínimo de entre el 18% y 20% del total de las licencias adquiridas en concepto de mantenimiento. Ese coste no es desglosable, y es recurrente todos los años.

Además, el hecho de tener un sistema de software en propiedad hace que tengamos que tener personal de mantenimiento asociado, para afrontar posibles problemas, realizar actualizaciones del software, etc., lo que supone un coste empresarial recurrente. A eso se suma que los servidores que alojan ese software deben tener un mantenimiento periódico (limpieza, optimización, etc.) lo que supone otro coste recurrente.

Cuando uno hace números, el modelo SaaS es más rentable económicamente que el modelo de propiedad.

En resumen, una vez que el mercado pueda entender y superar las iniciales reticencias a un modelo nuevo, las expectativas para el futuro del modelo SaaS son más que halagüeñas.

Raúl Benet

Partner / BI Manager en Adysa Group

E-mail: rbenet@adysagroup.com

Tel: +34 91 431 17 48
www.adysagroup.com