

Extraído de Editorial MKM

<http://www.mkm-pi.com>

# SaaS, retos y oportunidades de un nuevo modelo de negocio

- ISV Magazine - ISV-4 Junio 2007 - Artículos -

Fecha de publicación: Lunes 11 de junio de 2007

## **Descripción:**

El Software como Servicio o SaaS es una interesante oportunidad de negocio para los ISVs, tal y como auguran los analistas. Según IDC el gasto en SaaS fue de 5.500 millones de dólares en 2005, en 2009 será de 11.000 millones de dólares. Los analistas de Gartner aventuran que en 2011 el gasto en SaaS, alcanzará el 25% de la inversión total en software. Otro estudio de de la consultora Saugatuck Technology indica que el porcentaje de empresas y ejecutivos de TI que utilizan al menos una tecnología SaaS aumentó de un 11% a un 26% en 2006. En 2010, el 65% de las organizaciones habrá introducido al menos una aplicación siguiendo el modelo de SaaS.

---

**Editorial MKM**

---

Este nuevo modelo de negocio presenta unas ventajas evidentes para el desarrollador aunque también importantes retos. Comencemos por las primeras. Supone la oportunidad de ampliar sus mercados tanto por tipo de empresa, ya que el modelo de pago por uso se adapta a necesidades de empresas con presupuestos más limitados; como geográficamente, al no ser necesaria una presencia local para su distribución.

Otro aspecto importante es el modelo de ingresos que pasan a ser recurrentes y más estables a lo largo de la relación con el cliente. De esta forma se fomenta una relación más estrecha y de larga duración con la empresa que favorece la retención del cliente. También se han de tener en cuenta cuestiones de otro tipo como la mejora del time to market, o el menor riesgo de utilización de software ilegal.

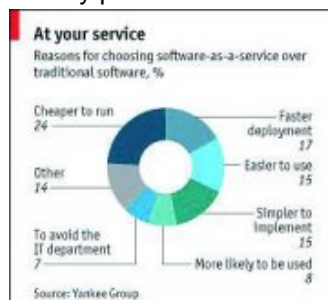
<p><b>Para el usuario final</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Menores costes de despliegue</li><li>• Costes fijos se convierten en variables</li><li>• Modelo de servicio muy sencillo</li><li>• Modelo de uso "pago por uso".</li><li>• Despliegue centralizado</li><li>• Actualización y gestión sencilla</li></ul> <p><b>Para los ISVs:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ingresos periódicos mensuales</li><li>• Mayor mercado objetivo</li><li>• El coste de despliegue crece en función del número de clientes</li><li>• Requiere menos recursos para su mantenimiento al gestionar una versión</li><li>• Adopción por parte del usuario más rápida (web browser)</li><li>• El usuario puede probar el servicio a un coste muy bajo</li><li>• Mejora la retención del cliente y del canal</li><li>• Mejor Time to Market ya que las actualizaciones se distribuyen de forma rápida.</li><li>• Dificulta el pirateo</li></ul>
--

Por otro lado, este modelo proporciona a los clientes un acceso a las soluciones a través de la red y les libera del mantenimiento, las operaciones técnicas y el soporte del propio software. De esta forma, las aplicaciones así distribuidas pueden llegar a cualquier tipo de empresa sin importar su tamaño o su ubicación geográfica.

Se trata de un modelo que une el producto (software) al servicio, para dar a la empresa una solución completa que le permite optimizar sus costes y sus recursos y de esta manera conseguir el desarrollo de su negocio aún con recursos escasos.

SaaS es, por tanto, una interesante oportunidad de negocio para los ISVs aunque también supone unos importantes retos que deben asumir si quieren no sólo sacar todo el partido a este modelo, sino adaptarse a sus peculiaridades con éxito. Estos retos son no sólo estratégicos, sino también de carácter organizativo y tecnológicos.

Desde el punto de vista estratégico, es importante comprender bien los diferentes aspectos del modelo, que la apuesta de la compañía por él sea firme y clara ya que es clave que todos los departamentos de la misma estén alineados con esta estrategia que les afectará de forma transversal. Por tanto, es fundamental que la compañía sea flexible y esté dispuesta a asumir un cambio relevante en su cultura y prácticas habituales.



A la vez, el ISVs debería realizar un análisis interno para descubrir en qué punto de madurez se encuentran tanto sus productos como sus procesos y estructuras. Por ejemplo, el grado de diferenciación de sus aplicaciones, si son de tipo genérico o si van dirigidas a mercados muy específicos o verticalizados.



una estrategia SaaS.

Los vientos son favorables. Las previsiones así lo indican. La visión, la capacidad de adaptación y el grado de desarrollo son las claves para los ISVs que se quieran enrolar en esta aventura. ¡Es hora de desplegar velas!

**Francisco Jiménez-Alfaro** Alliance Manager, NTT Europe Online