



Conclusiones ONO Pymes MeetingPoint - SaaS

Surgimiento del modelo SaaS y factores aceleradores de su implantación.

Antes de lo que ahora se está tratando como software as a service, ha habido varias funcionalidades o servicios que hoy en día habrían sido clasificados también dentro de ese modelo. El mejor caso que representa esto es el correo electrónico. Y en los albores de la era de internet, ya surgió, sobre la base del ASP, lo que se llamó Internet útil, y que respondía también, en cierta manera, a la filosofía de un servicio al usuario proporcionado de forma online.

Pero frente al tiempo que ha tardado el uso del correo electrónico en normalizarse en la sociedad, José Martín Cabiedes, de Cabiedes and Partners SCR, destaca cómo se ha detectado una más rápida asimilación y adopción de servicios “en la nube” a partir de modelos como el que ha desarrollado Google, con todos sus servicios online.

José Luís Albentosa, de Everilion, menciona la importancia que ha tenido la evolución y mejora en la conectividad para proporcionar una oportunidad real a un modelo que se fundamenta en la disponibilidad de conexión a internet. Y lo que es más importante, el acceso cómodo a internet.

De hecho, se comenta en la mesa, cómo la promoción de ONO dirigida a las pymes, constituye una de esas facilidades que influyen en la adopción del SaaS por parte de éstas.

Y las propias herramientas de desarrollo están influyendo en la generación más rápida y ágil de nuevas aplicaciones, según apunta Federico Muñoz, de EAM, creadores de Kubbos.

Pero uno de los factores clave que está siendo decisivo en estos momentos, es la política de costes que trae el SaaS. Agustín Cuenca, de ASPgems llama la atención sobre la importancia que tiene para la pyme el poder acceder a un servicio en pago por uso y con unas tarifas asumibles, evitando inversiones para desarrollos propios, sobre infraestructura propia y con mantenimiento propio.

Y al mismo tiempo, esa facilidad de acceso a estas herramientas y servicios, o lo que se va a llamar democratización del software, conlleva una generalización mayor del perfil de usuario, que deja de ser eminentemente técnico, y que prefiere herramientas sencillas y de fácil asimilación. En este punto, la mayoría de los participantes en el debate están de acuerdo en que las aplicaciones de uso masivo han de ser sencillas e intuitivas, mientras que siempre habrá un sector que requiera de aplicaciones más complejas y especializadas.

Existe un ritmo diferente de incorporación del SaaS en el tejido empresarial de EEUU y de

España, según apunta Lucas Cervera, de Sonar Ventures, donde está siendo más lenta y progresiva. El cambio de modelo de software se produce en algunas empresas al llegar al punto en que hay que renovar el software o en las nuevas empresas que están formándose ahora.

Otro factor desencadenante en el que se coincide bastante, es el de la normalización en el uso de dispositivos móviles. Fabian Pedrero, de Milrayas, destaca que la forma en la que ahora muchos profesionales llevan el trabajo allí donde van gracias al móvil o el “tablet”, lleva unido de forma natural un software adaptado a esa circunstancia.

Así mismo, según apunta Emilio García, de Sage, la crisis económica influye en la utilización del SaaS no sólo desde el punto de vista del ahorro en costes, sino en la nueva faceta multitarea que algunos profesionales están teniendo que asumir y que precisa de la utilización de herramientas versátiles y que ahorren tiempo de gestión.

Cesar Lapuente, de Alborgis, incide en que la adopción del SaaS está muy relacionada con el tema cultural y de socialización, mientras que la tecnología que subyace bajo la aplicación es algo secundario para la mayoría de los usuarios.

Las nuevas pymes más cerca del SaaS

Las pymes, sobretudo las de reciente creación, son las que tienen más fácil implantar modelos de gestión y de negocio basados en SaaS. Y según subraya Lucas Cervera, en general, a mayor tamaño y edad en funcionamiento, más difícil va a ser el paso al SaaS.

El SaaS implica un cambio, también, en los procesos de contratación de productos de las empresas, como apunta Miguel Fernández, de Doolphy. Es un servicio recurrente, que se paga mes a mes, y todavía hay empresas que deben familiarizarse con esta nueva forma de adquirir software.

El software as a service conlleva cambios en el modelo de negocio de los desarrolladores de software. José Martín Cabiedes asegura que ya no son necesarias redes de ventas, y la capacidad de distribución ya no es un factor clave. Se pone como ejemplo el caso de Dropbox: “A mí nadie ha venido a venderme Dropbox, me lo ha recomendado un amigo” y es que esta aplicación ha logrado un volumen de usuarios y de facturación importante con un equipo de tan sólo 70 personas. El factor fundamental en los nuevos desarrollos va a ser la escalabilidad y nuevas estrategias de marketing.

José Luis Albentosa apunta que este grado de implantación depende del tipo de soluciones que se presenten. Miguel Fernández distingue las aplicaciones propiamente online de las soluciones de sincronización o actualización a través de la red y que muchas veces son confundidas con SaaS. Las grandes empresas tienen un software de gestión instalado adaptado a los procesos de la empresa, y el cambio al SaaS pasa por un proceso muy lento y en gran medida ligado a la propia evolución del proveedor de ese software o la consultora que lo implanta.

La tendencia: modelos híbridos y mejor conectividad

Si para la adopción del cloud la tendencia más aceptada es la de nubes híbridas, también en el modelo del SaaS, la opinión general es que se irá introduciendo a gran escala gracias a los modelos híbridos. Emilio García, de Panda Security, explica cómo algunas empresas van amoldando las nuevas propuestas de SaaS que les ofrecen los ISV a su sistema de software instalado en forma de lo que se denomina “servicio conectado”, mientras que Federico Muñoz asegura que el modelo se acepta con mayor facilidad en tanto haya mayor colaboración entre desarrolladores con posibilidades de sincronización entre las aplicaciones.

Tanto José Javier Blanquer como José Luis Albentosa ponen especial énfasis en que las aplicaciones SaaS para las pymes han de ofrecerles las mismas funcionalidades que sus programas de escritorio que han estado manejando anteriormente. A partir de esa base, la pyme valorará las ventajas añadidas que le puede ofrecer el que esa solución esté en la “nube”.

Mientras que Agustín Cuenca apuesta por aplicaciones sencillas dirigidas a la gran mayoría de las pymes, aunque se pierda un porcentaje pequeño de usuarios que precisa soluciones con más opciones complejas, Emilio García es partidario de contar con herramientas complejas, pero abstrayendo esa complejidad de forma que el usuario convencional vea y acceda fácilmente a las funcionalidades que le interesan.

Emilio Castellote afirma que las nuevas generaciones de pymes tienen la capacidad de tomar la decisión de adoptar soluciones SaaS, sobretodo las de carácter tecnológico, pero para el negocio tradicional, será su proveedor de servicios IT el que guíe a la pyme y tome la decisión por ella al ofrecerle un paquete completo basado, precisamente, en un modelo híbrido.

Las barreras para los proveedores de SaaS

La democratización de la tecnología ha permitido que más desarrolladores puedan crear una aplicación y ponerla a disposición de los usuarios a través de plataformas de aplicaciones o “app stores”.

Pero José Carlos Moreno advierte que no es fiable cualquier desarrollo que se encuentre disponible, y al mismo tiempo, se coincide en general, en que el canal de distribución no siempre funciona como se espera. Se sigue necesitando el marketing, pero adaptado a los nuevos formatos, como el modelo Freemium o el Social Media Marketing. Javier Martín, de Loogic, hace incapie en la importancia de crear marca o “branding”.

En aplicaciones pensadas para el uso masivo y generalizado, Lucas Cervera recuerda que es conveniente favorecer que los usuarios creen economía de red y ve gran proyección en los emprendedores que están iniciando proyectos en esa línea.

Conclusiones

Las mejoras en la conexión a internet van a contribuir a una evolución continua y dinámica en el SaaS que contribuirá a un clima de confianza y normalización del SaaS en la pyme.

José Carlos Moreno, desde su experiencia con el blog Saasmania, comenta que aún queda mucho sector pyme que no conoce o no confía en las soluciones SaaS, pero el cambio, aunque

lento, es definitivo. José Martín Cabiedes piensa que la evolución natural en el sector viene marcada por que los software vendors se lancen mayoritariamente al negocio en internet.

En opinión de Mariano Torrecilla, de Linkovery, el SaaS tiene un componente de socialización fundamental, pues se recomienda entre amigos. También señala la importancia de vender beneficios en vez de características, como son la ubicuidad y la integridad de los datos. Y destaca que las pymes que ahora empiezan y utilizan SaaS, más adelante se harán grandes y generarán volumen suficiente como para impulsar aun más esta tendencia.

Este informe recoge las conclusiones del debate sobre SaaS realizado el día 25 de octubre de 2011 dentro del programa ONO Pymes MeetingPoint, promovido por ONO y organizado por Pymecrunch.com.

Los participantes en el debate fueron:

Agustín Cuenca	APSGems.
Fabian Pedrero	Milrayas
José Martín Cabiedes	Cabiedes and Partners SCR.
Federico Muñoz	EAM (Herramienta Kubbos)
Mariano Torrecilla	Lincovery
Lucas Rodriguez Cervera	Sonar Ventures
Miguel Fernandez Calero	Doolphy
Emilio García González	Sage
Emilio Castellote	Panda Security
Cesar Lapuente	Alborgis
José Luis Albentosa	Everilion/Everis
David Romero	ONO
José Javier Blanquer	ONO
Javier Martín	Loogic
José Carlos Moreno	Saasmanía
Carmen Bartolomé	Pymecrunch

