

Conclusiones e informe de inteligencia del Desayunos de Trabajo [Networking Activo](#) sobre "Hosting e ISP" en colaboración con [Hostating](#), celebrado el 26 de Mayo 2011 en Madrid.

Los **temas propuestos** para el debate fueron :

Ciclos de vida de los servidores, como gestionar la obsolescencia del material

Hacia dónde va encaminado el futuro de la industria del hosting, tanto a nivel local como internacional

Canales de atención, pros y contras de las vías existentes de atención al cliente.

Hacia donde va un sector que se está globalizando aun a riesgo de no cumplir con la legislación nacional. Cada vez más clientes alojan fuera de España y Europa sin preocuparse de los riesgos.

Evolución del sector para los próximos años, cambios en los modelos de hosting tradicional. ¿Estamos convergiendo hacia el cloud para hosting compartido también?

Atención al cliente, utilizar los canales clásicos solo o incorporar alternativos como redes sociales, ...

¿Hay espacio para más competidores en un mercado que también está buscando concentrarse?

Grandes proveedores de cloud hosting (google, amazon, microsoft). ¿Son una amenaza para el negocio?

Valor añadido en proveedores de Hosting Vs. mercado de commodities. ¿Hay alguien realmente diferenciador?

Expectativas de nuestros clientes, ¿Realmente estamos alineados con ellos?

¿Nuevos productos implican una nueva atención al cliente y/o nuevas operaciones?

Proveedores de hardware, pros y contras de las grandes marcas como HP, Dell.

Proveedores de hardware, pros y contras de las "pequeñas marcas" o proveedores locales, como Supermicro/Flytech

Backups a los clientes.

Publicidad, ¿realmente funciona? ¿internet o papel?

¿Como lleva el sector IPv6?

Conclusiones del debate:

Servidores

Ciclos de vida de los servidores, cómo gestionar la obsolescencia del material (tecnología desfasada en poco tiempo)

Los servidores son cada vez mejores, las grandes marcas testan mucho esas máquinas.

Incluso los servidores clónicos han mejorado mucho y duran muchos años. Hay equipos que pueden llevar en funcionamiento muchos años sin interrupción, y que se man-

tienen para tareas muy concretas o por la complejidad y riesgo que implicaría una migración.

El motivo para actualizar equipos es por eficiencia energética y porque hay clientes que piden renovación de éstos cada dos o tres años y en menor medida por espacio, los nuevos equipos contienen en un único chasis 5 o 6 veces más capacidad de proceso que sus predecesores.

Venta en eBay es una forma de dar una salida al material antiguo. También existen empresas que recogen estos equipos para darles otro tipo de salida.

Los mejores entornos son LAMP, facilita mucho las cosas.

Futuro del Hosting

Empezar hoy y hacerse un hueco en el sector del hosting es difícil, sobretodo por la inversión necesaria en datacenter y en equipos. Especialmente competido el sector del Hosting compartido

La nube se consolidará en 5 o 6 años.

España no ha llegado al punto de saturación porque hay recorrido de crecimiento con la aparición de nuevos clientes de hosting. Hay muchas empresas pequeñas y medianas que pueden hacer mucho más en Internet.

Cloud Computing tiene recorrido de crecimiento.

Lo mínimo que se pide hoy es hosting virtual. Micropymes y pequeñas empresas sobre todo son las que basan su presencia corporativa en Hosting compartido, según va creciendo el cliente cambian sus necesidades y también su producto contratado.

De los que preguntan por Cloud, sólo el 10% realmente lo necesita. Se trata de un reclamo muy atractivo por su novedad. Sólo aquellos proyectos que tienen diferencias sustanciales entre sus picos y sus valles son los que más ventajas pueden quitarle al Cloud.

El cliente de hosting nunca debe ser cautivo, debe tener libertad para elegir entre diferentes servicios y empresas. Esto se considera como un valor añadido. Aquellas empresas que incorporan procedimientos de baja penalizadores o restrictivos tienen muchas menos posibilidades de tener un retorno de cliente. También es cierto que el cliente en gran empresa, sabe lo que firma y debe cumplirlo.

Atención al Cliente

La Atención al Cliente es un factor muy importante en la calidad de servicio que se ofrece. Es actualmente el único valor añadido completamente diferenciador en cualquier tipo de compañía y servicio aparte del precio, pero poniendo siempre en primer lugar la Atención al cliente.

Por gestión documental, por tener un histórico, lo mejor es interactuar con los clientes por el sistema de tickets. Hay que luchar contra la imagen que tiene el cliente de que este sistema no va a ser una vía rápida para la resolución de su problema.

Las redes sociales son un buen medio de comunicación para controlar problemas pero no es lo idóneo para dar buen soporte técnico, aunque sí sirve para establecer una nueva vía de comunicación con los clientes que, en muchos casos, contribuye a la tranquilidad y confianza de éstos.

El problema de usar RRSS para dar soporte técnico es que mañana puede no haber un histórico de la conversación.

El cliente prefiere precios muy bajos y así lo piden.

Hacia dónde va un sector que se está globalizando aun a riesgo de no cumplir con la legislación nacional. Cada vez más clientes alojan fuera de España y Europa sin preocuparse de los riesgos.

Sería recomendable que el núcleo de un proyecto español estuviera alojado en España, aunque luego se recurra a hosting extranjero para tener mayor capacidad o para los picos de demanda.

Si aumenta el consumo, se tira de la nube en el exterior.

Los técnicos están saliendo cada vez más a trabajar fuera.

Grandes proveedores

Grandes proveedores de cloud hosting (Google, Amazon, Microsoft). ¿Son una amenaza para el negocio?

A día de hoy no son competencia real los grandes gigantes del cloud.

Microsoft buscará generar alianzas. Ya que ahora las está perdiendo por competir con sus propios partners.

Los cambios cuando se crece y se cambia de data centers también tienen motivaciones de tomar más control sobre las máquinas.

Valor añadido

Valor añadido en proveedores de Hosting Vs. mercado de *comodities*. ¿Hay alguien realmente diferenciador?

El nuevo cliente no piensa en el valor añadido, sólo piensan en el precio.

Hay muchos tipos de servicios añadidos: herramientas para crear páginas web de forma sencilla, control de posicionamiento de los clientes, etc.

Los valores diferenciadores actuales se centran exclusivamente en la atención al cliente. La oferta es excesiva y se ve que hay competencia desleal.

¿Nuevos productos implican una nueva atención al cliente y/o nuevas operaciones?

Siempre es necesaria mucha formación interna. Y ante un nuevo servicio, a la hora de dar soporte, siempre va a ser necesario contar con una adecuada formación interna.

Los nuevos productos implican nuevas operaciones, desde la propia formación hasta la forma de entregar la información. Por ejemplo, es necesario retocar los procedimientos internos cara a dar soporte a entornos Cloud, sólo por el simple hecho de que en tiempo real se pueden modificar las características de un producto afectando a la facturación. Aunque sea un entorno automatizado, siempre existe una parte humana.

Proveedores de hardware, pros y contras

La ventaja es que se puede apretar por precio de servidores porque entre los gigantes pujan por llevarse los contratos.

Hay mucho margen que poder bajar.

Durante mucho tiempo ha habido espacio para centrales de compras de servidores.

En las grandes marcas hay un *testing* muy duro en los servidores y esto encarece el producto.

Si te pasan a "grandes clientes" hay problemas de atención al cliente con la gran empresa de hardware.

Proveedores de hardware, pros y contras de las “pequeñas marcas” o proveedores locales.

Hay clientes que no le gusta tener marcas pequeñas.

Tienen mercado pero si los grandes siguen bajando precios, les cortará mercado.

Están surgiendo muchos *players* de muy pequeño tamaño.

***Backups* a los clientes.**

Mejor ir a grandes marcas.

Mejor ser paranoico en tema de *backups*.

La forma óptima es una cabina de discos duros pero hay que tener siempre una opción intermedia que sea más rápida.

Los clientes no suelen querer contratar este servicio por ahorrarse dinero.

Hay clientes que tienen un valor crítico de sus datos que si valoran los backups. En ciertas empresas no se ofrecen servicios de Managed Hosting si no se dispone de Backup contratado. Es el propio proveedor el que le exige al cliente cumplir con esa norma mínima de seguridad.

IPv6 (evolución)

La implementación técnica real está testada.

Falta que las grandes activen el servicio que es cuando funcionará el ipv6.

No hay suficientes técnicos de redes para hacer el cambio rápido y con seguridad.

Hay que convertir al usuario final (cliente de la teleco) que es cuando obligará a todos a cambiar a ipv6.

Se ha planteado regular la transición a ipv.

Hacking

Los ataques *DDoS* se sabe cuando empiezan pero no cuando acaban.

Es una incidencia que no se puede prevenir y que implica un parón en el servicio. Aun estando avisados de que va a ocurrir, no hay medidas efectivas para evitar que empiece.

Llega a plantear internamente en proveedores de hosting que cada cliente tenga su infraestructura propia de red, de forma que en caso de un ataque el resto de clientes no se vea afectado.

Publicidad, ¿realmente funciona? ¿Internet o papel?

Internet, porque se puede medir los resultados.

Es muy importante el canal comercial presencial, dependiendo del producto. Cuanto más alto es el nivel del producto y su precio el canal presencial tiene más presencia

Se contrata publicidad *offline* por la competencia entre las grandes empresas de hosting.

Desayuno de Trabajo Networking Activo sobre Hosting e ISP en colaboración con [Hostarting](#).

Algunas de las empresas participantes en el Desayuno de Trabajo fueron : Acens, abserver, Comvive, Hispaweb, Hostarting, Networking Activo y Prosodie - Servicom

Creador del documento: [Emilio Márquez Espino](#) CEO de [Networking Activo](#).