

El software como servicio se consolida



Por Sandra Sieber, profesora de IESE

Julio, 2009



Si el verano pasado fue el de la inestabilidad financiera, éste puede pasar a la historia como el del gran -y anhelado- cambio en la industria del software. ¡Vaya mes! Microsoft lanza Bing, Google responde con Google Wave. Google anuncia Chrome OS, Microsoft presenta una versión online gratuita de Office. De acuerdo, pasará tiempo antes de que podamos ver todos estos productos en el mercado (a excepción de Bing, aunque todavía necesita serios retoques) pero el caso es que pocas veces se han visto tantas grandes noticias juntas ni tantas portadas con los actores de las TI presentando toda clase productos.

Sin embargo, no conviene perder el sentido de la perspectiva. Los medios tienden a presentar esta catarata de anuncios como el producto de una "guerra de titanes" y en efecto sus protagonistas son dos gigantes, pero esta batalla no se produciría si todo el ecosistema de las tecnologías de la información no estuviese clamando por un cambio. Y es que el modelo del software integrado, iniciado hace ya algunas décadas, ha demostrado sobradamente que cada vez más es una carga para los clientes corporativos, los mismos que lo han encumbrado.

Cuando las grandes empresas pedían plataformas que les permitiesen integrar todo tipo de soluciones Microsoft fue lo suficientemente hábil para satisfacer esta demanda. Otros actores, como SAP, consiguieron un éxito similar siguiendo esta misma estrategia. Pero este modelo presenta diversos inconvenientes. El primero y más importante es que las empresas se han hecho muy dependientes de un único proveedor, que tiene poder para dictar precios y decidir funcionalidades. Este modelo ha sido factible mientras que los costes no estaban en el centro de las prioridades como lo están ahora. Además se beneficiaba de un cierto desconocimiento tecnológico de los directivos de las empresas y de la falta de coordinación entre los ejecutivos y los técnicos a la hora de tomar decisiones de

II. Asimismo la innovación en los productos parecía lo suficientemente rápida en un contexto en el que la mayoría de empresas estaba muy ocupada automatizando sus procesos de negocio.

Esta era ha finalizado. La necesidad imperiosa de controlar los costes impulsa la demanda de innovación tecnológica en el emergente mundo del trabajo virtual y colaborativo. Inicialmente, el trabajo colaborativo, la virtualización y las conexiones emergentes no tenían una gran importancia en el mundo de la empresa pero se fueron abriendo paso entre los consumidores finales, especialmente entre los jóvenes, es decir, entre quienes necesitaban usar la tecnología pero no se podían permitir gastar las cantidades que efectivamente podían permitirse las empresas. Es el mundo de Internet donde nació el concepto del Freemium, el modelo desestimado por los grandes desarrolladores. "Descarga gratis la versión básica y paga por la Premium" se ha convertido en un modelo de negocio factible para muchos de los recién llegados, incluyendo a Google, por supuesto, pero no para la consolidada liga de los grandes fabricantes, cuyas normas era otras. Ahora ya no son aplicables.

En estos momentos, cuando Microsoft declara que dará un paso adelante hacia el modelo Freemium, deberíamos dar las gracias a quienes han contribuido a que este paso se haga realidad. Las noticias que llegan estos días son el producto del esfuerzo conjunto de muchas pequeñas y algunas grandes compañías, que han creído a lo largo de muchos años que otra filosofía del software es posible. Con un sistema operativo gratuito, como es Linux, con componentes de software gratuitos, como el Java que creó Sun, con una arquitectura más abierta, como Oracle. "Pruébalo gratis o paga por su uso" (una fórmula que conduce al modelo del software como servicio) "o alguien pagará por tí" (anunciantes, enséñenme algo que yo valoro mientras utilizo su producto).

Por supuesto, a la hora de dar las gracias no deberíamos olvidar a quienes han hecho que los usuarios finales se acostumbren a esta nueva manera de funcionar. En la música como las licencias Slicethepie o Spotify; en las telecomunicaciones, como el ecosistema de aplicaciones para iPhone, o el operador finlandés DNA introduciendo el abono a través del teléfono pagado por la publicidad, entre otras compañías que figuran en CrunchBase.

El pasado verano no hubiera querido escuchar las noticias sobre la evolución del mundo financiero. Ahora me muero de ganas de escuchar las noticias de tecnología.