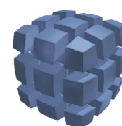




InterHost

Presentación InterHost - 1 de marzo de 2001

Félix Díez Sacristán



InterHost

INTERHOST

Avda de Europa 34 A, 28023 Aravaca - Madrid (España) Tel.: (+34) 91 708 90 00



InterHost

Durante los últimos años (al menos hasta abril de 2000) la economía de los Estados Unidos, se ha caracterizado por una gran estabilidad del crecimiento (más de 110 meses de fase expansiva en el ciclo económico), inflación controlada, descenso del paro, generación de ganancias en la productividad, tasas de inversión por encima de las tasas de ahorro, y saneamiento de las finanzas públicas (alcanzándose el superávit presupuestario). Y aún reconociendo la importancia de una política económica y monetaria acertada, es lugar común admitir que la economía ha sufrido transformaciones estructurales asociadas al desarrollo e intenso uso de las denominadas tecnologías de la información y de las telecomunicaciones. Este círculo virtuoso supone un desafío a la tradición que ha dado en denominarse nueva economía y que se caracteriza por la globalización de los mercados, la importancia del conocimiento como factor de producción, y la generalización del uso de Internet.

Sin embargo, hoy corren malos tiempos para las Compañías del sector de nuevas tecnologías. Y con el mismo entusiasmo con que se saludó en el pasado el nuevo paradigma, se procede hoy a su demolición. Desde un punto de vista cualitativo el ejemplo más interesante podría ser el comercio electrónico. En efecto, durante la fase más caliente del ciclo virtuoso de la nueva economía los mecanismos tradicionales de valoración de empresas quedaron arrumbados, y las desorbitadas cotizaciones alcanzadas por las compañías se relacionaron con las expectativas de negocio en un mercado globalizado. Estas expectativas no han sido satisfechas en lo relativo al comercio electrónico. Los errores cometidos en este sector son varios : pensar que implantar el e-commerce es fácil (cuando una plataforma de comercio es como un iceberg), suponer que es barato (cuando a la larga las inversiones son



InterHost

importantes), pensar que es automáticamente lucrativo (sin tener en cuenta los hábitos culturales del consumidor); suponer que el campo de juego quedaba abierto y sin barreras para todos (cuando las grandes compañías de e-commerce son las grandes compañías sin más); confiar en la desintermediación (cuando las plataformas más exitosas de comercio tienden a mejorar y potenciar el canal y no a su eliminación); descreer del marketing de masas frente al marketing personalizado (confundiendo retener un cliente con adquirirlo); y fiarlo todo en el precio (cuando es obvio que existen otros factores de demanda).

Es posible que la razón de esta crisis se explique por la persistencia de un error muchas veces repetido: tendemos a sobrevalorar los efectos a corto plazo de los cambios y a subestimar sus efectos a largo plazo. Hemos pasado de un estado de exuberancia irracional, a otro de aversión al riesgo igualmente irracional.

Pero lo indudable es la irreversibilidad del fenómeno Internet y su impacto, significativo a corto, profundo en el futuro, y es por ello, que salvando situaciones en cierto modo coyunturales, las empresas tienden a adaptarse a esta nueva situación mediante cambios organizativos, produciendo bienes intensivos en conocimiento y redefiniendo su dimensión.

Internet ha pasado de ser un sistema por dónde circulan información e ideas, a una plataforma tecnológica de producción, distribución y comercialización.

En consecuencia las Compañías están reconociendo la importancia y la necesidad de disponer de sitios *web* en Internet con características propias y clásicas de la informática empresarial, a saber: alta disponibilidad, seguridad, escalabilidad, integración con aplicaciones



InterHost

corporativas, etc. Esta necesidad se convierte en un objetivo crítico para cualquier estrategia en red. La pregunta que se impone es por tanto muy simple: ¿Cómo alcanzar este objetivo?. *En nuestra opinión la mejor solución pasa por contratar el alojamiento del sistema de información a un proveedor externo de tecnología, que se encargue asimismo de la gestión, monitorización y control de algunas o todas de las aplicaciones del cliente.*

Es precisamente en épocas de turbación cuando parece más adecuado el recurso a proveedores externos, al objeto de minimizar riesgos e inversiones. En palabras de Jeremy Ritkin:

“Las empresas de todo tipo y en todos los campos están inmersas en una carrera orientada a librarse de los activos físicos que no se relacionen estrictamente con su actividad nuclear. La nueva consigna en la comunidad empresarial es ‘ante la duda subarriendo’. Si un determinado proceso o propiedad no resulta absolutamente esencial para avanzar en los objetivos principales de la empresa, resulta más interesante entregárselo a un contratista externo. En la emergente economía-red, la externalización (*outsourcing*) se está convirtiendo casi en una religión.

La externalización consiste en sustituir la propiedad interna de las actividades y el capital físico por el acceso a los recursos y procesos ofrecidos por proveedores externos.”

“Las empresas señalan diversas ventajas que obtienen al externalizar o subcontratar las actividades de sus negocios. La externalización permite que la empresa se centre más en lo que hace para conseguir dinero y deje que otros manejen las funciones de apoyo que, aunque son básicas en el mantenimiento de la organización, no son productoras



InterHost

intrínsecas de beneficio empresarial. En segundo lugar, al externalizar ciertas operaciones, las empresas consiguen acceder a suministradores que, debido a sus capacidades especializadas, pueden ofrecer servicios muy amplios a costes reducidos. La externalización reduce la necesidad de comprar equipos muy caros y evita la compra de amplias infraestructuras para realizar operaciones que son periféricas para aquellos objetivos de la empresa que son la fuente de beneficios. Por último, la externalización dota a las empresa de la flexibilidad que se precisa en mercados muy cambiantes y que se caracterizan porque los productos tienen cada vez ciclos de vida más cortos. Cargar con instalaciones antiguas, con equipos obsoletos y con sistemas de negocio y procesos anticuados es lo mismo que asegurarse el fracaso. Al moverse del sistema de propiedad a largo plazo al de acceso a corto plazo mediante la externalización, las empresas consiguen afianzarse ante la competencia.” (Jeremy Rifkin, *The Age of Access*, Jeremy P. Tacher/Putnam, Inc. De la traducción, *La era del acceso*, Paidós, Barcelona, 2000).

InterHost nace con la intención de cubrir estas necesidades, de satisfacer esta demanda creciente; por ello, InterHost aspira a ser un proveedor externo de tecnologías basadas en red, que proporcione soporte operacional para abordar negocios en Internet, con la fiabilidad, seguridad y escalabilidad necesarias.

El objetivo InterHost es despachar contenidos con la máxima eficiencia y seguridad al mayor número posible de usuarios, en cualquier momento y en cualquier lugar.



InterHost

Los recursos disponibles, que constituyen nuestra oferta se concretan en Centros de Datos, servidores, servicios, redes, aplicaciones, así como el personal necesario para acometer proyectos relacionados con Sistemas de Información en Internet.

La propuesta de InterHost es ofrecer un solución equilibrada entre Infraestructura (Centros de Proceso de Datos), Comunicaciones (ancho de banda), Servicios y Aplicaciones.

El mercado de web hosting alcanzará según varias predicciones entre 2.5 y 4 billones de pesetas en el año 2003. El crecimiento medio anual se estima que será superior al 70%.

Podemos esperar que el mercado de hosting (web y aplicaciones) alcance en España entre los 35.000 y 40.000 Millones de pesetas en el 2003-2004.

Ahora bien, el detonante del mercado del hosting debería provenir por un lado de la expansión del número de sitios web activos (y de empresas con presencia en la red) y de otro de un aumento general del negocio de outsourcing. La primera tendencia está claramente contrastada y documentada; sin embargo la segunda tendencia (aumento de la externalización) es mucho más discutible, aun existiendo, como acabamos de señalar factores objetivos que la potencian.

En nuestra opinión este freno (o no aceleración) de la demanda de hosting no está relacionado con ninguna característica específica de la idiosincrasia del mercado español; sino que tiene que ver con una cierta debilidad de la oferta, que hace que el cliente de web hosting lamente deficiencias en el servicio y se queje del encarecimiento del mismo por



InterHost

encima de las previsiones, o aun peor, no esté satisfecho con aspectos tan básicos como la seguridad y el soporte. Da la impresión que ciertos proveedores de servicios plantean el negocio como un juego de suma cero, sin adquirir el grado exigible de compromiso con el cliente.

En este escenario InterHost se presenta al mercado con el propósito de cubrir estas carencias de la oferta. InterHost entiende que una compañía de hosting crece cuando lo hacen sus clientes, o aun más crece si crecen sus clientes. De ahí nuestra vocación y énfasis en los servicios, más allá de la mera provisión de espacio físico y conectividad. InterHost dispone de un abundante catálogo de servicios y de la capacidad de prestarlos eficientemente, cuenta para ello con sus propios recursos y los que les proporciona su empresa matriz, el Grupo SATEC, que además de una dilatada experiencia en el sector puede presumir de atesorar una de la plantillas de ingeniería más reputadas de la península.

En un mercado tan cambiante y exigente se requiere gran flexibilidad para adelantarse a las nuevas demandas. En este sentido InterHost dispone de la ligereza estructural adecuada para poder abordar proyectos específicos y proveer nuevos servicios con la máxima celeridad.



InterHost

Por fin InterHost nace con la vocación de dedicarse exclusivamente al negocio del web hosting. A veces es preferible definir una empresa por lo que no es ni hace: InterHost no está ligada a un operador, no pertenece a una compañía de fabricación de equipos, no es una consultora, ni es un ISP. InterHost nace de una empresa nacional e independiente, dedicada a la ingeniería y los servicios, y como de casta le viene al galgo, InterHost se especializa también en la ingeniería y los servicios, complementando y completando la oferta de SATEC.

Terminaré con una pincelada sobre el futuro. En un sector económico globalizado y liberalizado como el de las tecnologías de la información, InterHost ha de competir con grandes multinacionales con una capacidad de inversión y un músculo financiero mucho más fuerte que el nuestro. Nuestros planes de crecimiento y expansión pasan por suscribir acuerdos con corporaciones que nos aporten los recursos de los que podamos carecer, pero entendiendo siempre que dichas relaciones no han de comprometer nuestros principales objetivos: autonomía, riqueza y calidad del servicio y compromiso con el cliente.

Muchas gracias.

Félix Díez Sacristán.