

IDC MarketScape

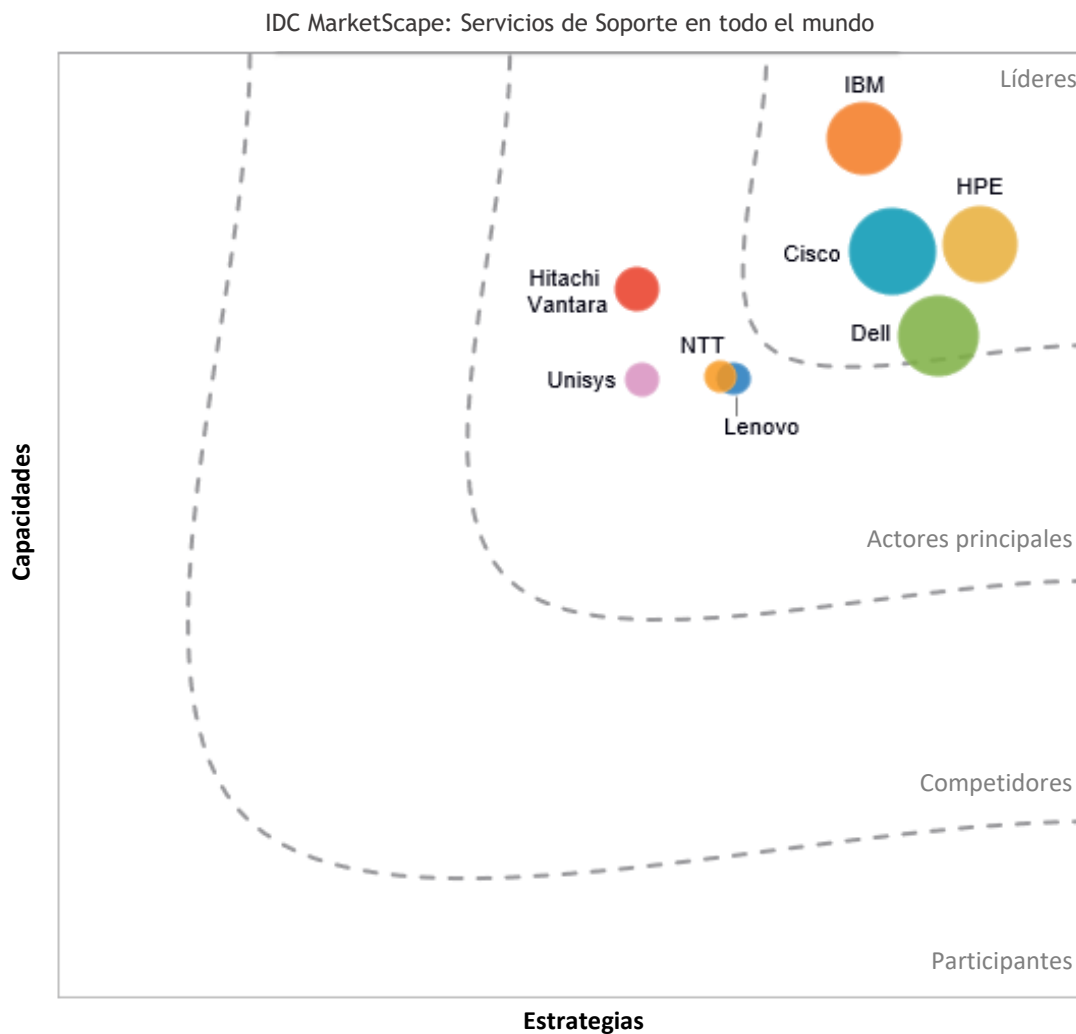
IDC MarketScape: Evaluación 2019 de Proveedores de Servicios de Soporte en todo el mundo

Rob Brothers

ESTE EXTRACTO DE IDC MARKETSCAPE PRESENTA A IBM

FIGURA DE IDC MARKETSCAPE

IDC MarketScape: Evaluación de Proveedores de Servicios de Soporte en todo el mundo



Fuente: IDC, 2019

Consulte en el Anexo la metodología, la definición del mercado y los criterios de puntuación.

EN ESTE EXTRACTO

El contenido de este extracto fue extraído del estudio IDC MarketScape: Evaluación 2019 de Proveedores de Servicios de Soporte en todo el mundo (Doc. Nro. US45595819). En este resumen se incluyen pasajes o la totalidad de las siguientes secciones: “La opinión de IDC”, “Criterios de inclusión de proveedores según IDC MarketScape”, “Orientación esencial”, “Perfil resumido del proveedor”, “Anexo” y “Más información”. También, se incluye la Figura 1.

LA OPINIÓN DE IDC

Este estudio de IDC analiza a ocho proveedores de servicios de soporte que participan del modelo de IDC MarketScape de servicios de soporte de hardware para centros de datos a nivel global. La selección incluyó a proveedores que cuentan con carteras de soluciones de soporte, y abarcó desde proveedores de hardware hasta proveedores de servicios de mantenimiento tercerizados. Esta evaluación examina las características cuantitativas y cualitativas que explican el éxito en este mercado de gran importancia y madurez. La industria de los servicios de soporte se encuentra en un punto de inflexión, particularmente en el sector empresarial desarrollado. Tales mercados presentan altos niveles de penetración, por lo cual a los proveedores se les hace cada vez más difícil diferenciar los servicios centrales y las tecnologías de soporte. Sin embargo, también se les presenta la oportunidad de intensificar la diferenciación y crear nuevos flujos de ingresos, generando carteras de servicios que inciten a los clientes empresariales a buscar niveles mayores de madurez de gestión y soporte, lo cual redundará en más beneficios para ellos. Además, los proveedores que continúan expandiendo tanto los servicios centrales como los avanzados en los mercados medios y emergentes mantendrán sus niveles de éxito. Junto con las iniciativas implementadas que ayudan a impulsar a los proveedores más activos del mercado de servicios por encima de la competencia, hemos identificado otros factores de éxito, a saber:

- Asistir a las empresas con soluciones analíticas y de Internet de las Cosas, las cuales necesitarán soluciones de soporte nuevas que puedan incorporar nuevas tecnologías, como la realidad aumentada y la realidad virtual.
- Desarrollar metodologías proactivas como las soluciones de soporte de máquina a máquina, a fin de mejorar la eficiencia operativa y reducir los costos y el tiempo de inactividad del cliente.
- Desarrollar herramientas y soluciones de automatización que permitan optimizar el proceso de soporte (por ejemplo, más automatización en el proceso de renovación de contratos, para entregarle al usuario más control, a través de herramientas proactivas, sobre la gestión de inventarios y contratos para identificar problemas en su entorno antes de que sucedan).
- Invertir en gerentes de experiencia del cliente (también conocidos como gerentes técnicos de cuentas o puntos de contacto clave dentro de la organización de proveedores que respondan por el cliente).
- Extender las capacidades directas al canal indirecto, incluidas la capacitación, el desarrollo de negocios y el soporte para las acciones de marketing además de la cartera de productos y servicios.
- Mantener la congruencia a nivel mundial, la cual figura como una gran necesidad de las empresas multinacionales más grandes.

CRITERIOS DE INCLUSIÓN DE PROVEEDORES SEGÚN IDC MARKETSCAPE

Los proveedores de servicios de soporte incluidos en esta evaluación de IDC MarketScape debieron cumplir con los siguientes criterios: ser capaces de mantener en el centro de datos la mayoría de los diferentes equipos que se mencionan en las siguientes secciones y brindar servicios específicos a partir de un umbral de ingresos mínimos que les permitan ser incluidos en esta evaluación.

Equipos de los centros de datos

- **Equipos de redes empresariales:** Esta categoría brinda las clasificaciones y definiciones de los cuatro mercados principales analizados en las investigaciones de redes empresariales de IDC: Routers, conmutadores de LAN, equipos de VoIP empresarial y equipos de LAN inalámbrica (WLAN).
- **Redes para centros de datos:** El centro de datos puede estar ubicado en un proveedor de servicios o en una empresa. La infraestructura de un centro de datos se compone de equipos de redes, servidores y almacenamiento. La infraestructura de redes de un centro de datos anticipa la infraestructura de red que adquieran los centros de datos de las empresas y proveedores de servicios. Esto incluye gastos en equipos de red (routers, por ejemplo), conmutadores de LAN, entrega segura de contenido y aplicaciones, WLAN, componentes ópticos y OSS/gestión de redes, así como también el gasto en productos y software de conexión empresarial que brindan la infraestructura de red para los mainframes de IBM.
- **Servidores:** Esta categoría comprende todas las ventas de servidores para todos los propósitos, aplicaciones e industrias, incluidos los de volumen (con un precio de venta promedio inferior a los USD 25.000.-), los empresariales de rango medio (con un precio de venta promedio entre USD 25.000.- y USD 500.000.-) y los empresariales de alta gama (con un precio de venta promedio superior a los USD 500.000.-). Los servidores se segmentan básicamente considerando la relación entre el tipo de servidor y el precio, el tipo de chip y el sistema operativo.
- **Mecanismos de almacenamiento:** El estudio de IDC mide los mecanismos de almacenamiento específicos con los que se construye un sistema de almacenamiento. En particular, el estudio da seguimiento a los siguientes mecanismos de almacenamiento: unidades de disco rígido (HDD), incluidos soportes de 3,5 pulgadas, 2,5 pulgadas, 1,8 pulgadas y 10 pulgadas; unidades de cinta y automatización; unidades ópticas o removibles, incluidos CD/DVD-ROM, CD-R y DVD-R; discos magneto-ópticos/zip con factores de forma grandes y removibles (ópticos de 5,25 pulgadas, WORM de 12 pulgadas y 14 pulgadas) y discos en estado sólido (SSD).
- **Sistemas de almacenamiento:** Esta categoría incluye sistemas de almacenamiento en disco, automatización de cintas, bibliotecas de cintas y automatización óptica.
- **Infraestructura de redes de almacenamiento:** Esta categoría incluye conmutadores basados en los estándares FICON o canal de fibra que conectan servidores, sistemas de almacenamiento y otros dispositivos a una red de área de almacenamiento.

CONSEJO PARA LOS COMPRADORES DE TECNOLOGÍA

El 85% de las empresas mencionaron que los servicios de soporte son particularmente un factor diferenciador fundamental a la hora de escoger un proveedor a quien comprar los sistemas de centros de datos. Esto es un indicador clave de que los servicios sí importan y de que son una de las grandes diferencias entre los proveedores que fabrican equipos originales (OEM) y aquellos que fabrican diseños originales (ODM) (los OEM cuentan con una cartera sólida de servicios). Relaciones

comerciales, puntos de contacto únicos y gerentes técnicos de cuentas fueron puntualmente mencionados en las entrevistas a los proveedores clave, en el sentido de que dichas relaciones eran determinantes a la hora de trabajar con un proveedor en particular. El estudio de IDC, por lo tanto, recomienda buscar proveedores que inviertan en la consolidación de relaciones y no tan solo en vender sistemas. Asimismo, las siguientes son algunas de las necesidades prioritarias:

- Experiencia técnica y comunicación eficaz del personal.
- Soporte a la capa definida por el software (hipervisores y sistemas operativos).
- Servicios de soporte proactivo y preventivo (notificaciones; posibilidad de identificar, diagnosticar y resolver problemas antes de que impacten en el entorno; reposición de piezas y verificaciones de integridad).
- Proporcionar varios medios para acceder al soporte (por teléfono, chat, portales en línea y otros canales).
- Acceso rápido y simple a parches y actualizaciones.

PERFIL RESUMIDO DEL PROVEEDOR

Esta sección explica brevemente las principales observaciones de IDC por las cuales un proveedor ocupa una determinada posición en el estudio de IDC MarketScape. Si bien cada proveedor es evaluado según los criterios descritos en el Anexo, esta descripción proporciona un resumen de las fortalezas y desafíos del proveedor.

IBM

IBM se posiciona en la categoría de “Líderes” en el estudio de IDC MarketScape 2019 sobre servicios de soporte globales.

IBM tiene la capacidad de ayudar a clientes que manejan grandes entornos de múltiples proveedores y sofisticadas arquitecturas de red. La fortaleza de IBM yace en su capacidad de ofrecer soporte a nivel global, lo cual resulta atractivo para grandes y medianas empresas. Los Servicios de Soporte Técnico de IBM pueden ayudar a las empresas a mantener la disponibilidad y el rendimiento de TI con soporte técnico y de mantenimiento integrados para soluciones de hardware y software de múltiples proveedores. Su cartera de servicios de soporte técnico está pensada para evitar el tiempo de inactividad no planificado a través del soporte proactivo, para resolver más rápido los problemas por medio de tecnologías avanzadas para soporte de TI altamente eficiente, y para proteger el entorno tecnológico tanto durante el periodo de vigencia de la garantía como el posterior a ella. Los clientes pueden actualizar el servicio de las máquinas que están en garantía o extender la cobertura del soporte técnico posterior a su vencimiento.

IBM cuenta con personal técnico que puede brindar asistencia remota o física durante todo el día con un único punto de contacto. Los clientes pueden escoger el nivel de servicio adecuado a su solución que mejor se ajuste a sus necesidades de negocio. Estos son:

- **Soporte básico:** Orientado a los dispositivos y muy apropiado para entornos de desarrollo y prueba que no sean críticos para el negocio.
- **Soporte superior:** Entrega a los clientes un punto único de responsabilidad y acceso directo a los recursos técnicos con tiempos de respuesta veloces.
- **Soporte proactivo:** Incluye todas las características mencionadas anteriormente, más gestión del ciclo de vida, monitoreo del sistema y servicios automatizados para una experiencia de

respuesta proactiva. IBM también, ofrece soporte preventivo, el cual les explica a los clientes qué deben hacer en sus sistemas para mantenerlos funcionando con la disponibilidad y el rendimiento máximos.

IBM prolonga la vida útil del centro de datos y el ciclo de vida de los activos tecnológicos con sus servicios de gestión del ciclo de vida por medio de, por ejemplo, la virtualización de servidores, la automatización del almacenamiento y la optimización del middleware. Estos servicios de soporte les permiten a los gerentes de TI retrasar la compra de equipos tecnológicos nuevos, al tiempo que incrementan la eficiencia de los sistemas que ya están en funcionamiento en términos de energía, enfriamiento, espacio y tiempo del personal. Si hablamos de virtualización, la mayoría de los gerentes de los centros de datos ya han virtualizado las cargas de trabajo más simples y no saben a quién acudir ante proyectos de virtualización más complicados por el tiempo, los recursos y las habilidades que implican, sin descuidar que deben alcanzar un ROI sólido para el negocio.

Para resolver los problemas de los centros de datos de hoy e incrementar la flexibilidad, la eficiencia y la confiabilidad, el área de TI debe centrarse en lograr mejoras incrementales en lugar de tratar de mantener el barco a flote. En ese sentido, IBM utiliza varias herramientas exclusivas para lograr que sus clientes aumenten la visibilidad sobre sus entornos, incluidas la automatización avanzada con analítica de reconocimiento de patrones para las solicitudes de servicio enviadas a través del servicio “Call Home” y archivos de registro, el portal de información del cliente, la aplicación de soporte técnico y las capacidades automatizadas de soporte cognitivo. Las organizaciones de TI están en constante búsqueda de información útil sobre la disponibilidad, la capacidad y la eficiencia energética. En última instancia, estos servicios liberan al personal de TI para que puedan centrarse en los problemas que estén afectando el rendimiento del negocio. Los puntos fuertes de IBM son su alcance mundial y la posibilidad de ofrecer un conjunto holístico de servicios de soporte que identifican las interdependencias dentro de la cartera de TI y brindan análisis que pueden optimizar todo el ciclo de vida del centro de datos. El desafío que se le plantea a IBM está en que deberá utilizar estas habilidades para dotar mejor a sus socios de canal de manera que puedan entregar el mismo conjunto de servicios desde el cliente empresarial de alta gama hacia abajo.

Fortalezas

- La presencia internacional de IBM y sus alianzas comerciales lo convierten en un buen aliado de las grandes empresas.
- Los clientes declaran que las relaciones que establece IBM en los más altos niveles gerenciales les permiten comprender cabalmente las necesidades del cliente y, a su vez, la alta gerencia del cliente tiene acceso a los ejecutivos de IBM.
- La atención proactiva o preventiva es algo que IBM ha venido ofreciendo desde hace tiempo con la función Phone Home y ahora con Watson. Las habilidades de IBM en este ámbito se acelerarán.

Desafíos

- La percepción general es que los servicios que ofrece IBM son costosos y difíciles de solventar. Los encuestados indicaron que, si bien el costo de los servicios es elevado, generalmente están extremadamente satisfechos con la calidad y el valor de los servicios que han recibido por el precio pagado.
- Mantener a los clientes en el camino de centros de datos bastante costosos y más grandes.

Cómo leer un gráfico de IDC MarketScape

A los fines de este análisis, IDC dividió las posibles medidas principales para alcanzar el éxito en dos categorías básicas: capacidades y estrategias.

La posición en el eje *y* refleja las capacidades actuales del proveedor y la oferta de servicios, así como el grado de coincidencia entre su oferta y las necesidades del cliente. La categoría de capacidades se centra en las capacidades de la empresa y el producto hoy, aquí y ahora. En esta categoría, los analistas de IDC observarán en qué medida un proveedor está desarrollando o proporcionando capacidades que le permiten llevar adelante la estrategia elegida en el mercado.

La posición en el eje *x*, o eje de estrategias, indica en qué medida la estrategia futura del proveedor está alineada con lo que los clientes requerirán en un plazo de tres a cinco años. Esta categoría se centra en decisiones de alto nivel y los supuestos subyacentes sobre ofertas, segmentos de clientes y planes de negocio y comercialización en los próximos tres a cinco años.

El tamaño de los marcadores de proveedores individuales en el análisis de IDC MarketScape representa la participación de mercado de cada proveedor individual dentro del segmento de mercado específico que se está evaluando.

Metodología de IDC MarketScape

La selección de criterios, ponderaciones y puntajes de los proveedores del análisis de IDC MarketScape representan las opiniones de IDC debidamente sustentadas en investigaciones del mercado y los proveedores específicos. Los analistas de IDC adaptan el rango de características estándar por las cuales se miden a los proveedores a partir de una estructura de conversaciones, encuestas y entrevistas con los líderes del mercado, participantes y usuarios finales. Las ponderaciones del mercado se basan en entrevistas con los usuarios, encuestas de los compradores y opiniones de un consejo de revisión de expertos de IDC en cada mercado. Los analistas de IDC basan los puntajes de los proveedores individuales, y en definitiva sus posiciones en el estudio de IDC MarketScape, en encuestas y entrevistas detalladas con los proveedores, en información pública y en las experiencias de los usuarios finales, con el objetivo de proporcionar una evaluación precisa y consistente de las características, los comportamientos y las capacidades de cada proveedor.

Definición del mercado

Servicios de soporte

Se refiere a servicios de soporte telefónico, diagnóstico remoto, soporte electrónico, soporte físico en las instalaciones, garantía extendida, mantenimiento predictivo y preventivo, reparaciones de piezas y gestión de activos e inventario. Los servicios de la mesa de ayuda de TI dedicados a la asistencia de las aplicaciones del cliente entran también en esta categoría. El proveedor de hardware o un tercero pueden brindar servicios de soporte de hardware, los cuales son parte del contrato del hardware o del contrato de uso del sitio.

Servicios de soporte gestionados

Se refiere a los servicios de soporte de alta gama o de misión crítica. En virtud de la oferta de este tipo de servicio, el proveedor es responsable de alertar proactivamente a los clientes sobre eventos o situaciones que estén sucediendo en el entorno o en activos tecnológicos discretos. El contrato de

servicios de soporte gestionados estipula que la responsabilidad legal del proveedor se limita a enviar una alerta al cliente. Después de enviada dicha alerta, el proveedor podrá tener otras responsabilidades de acuerdo con los términos de un contrato de soporte tradicional. Por ejemplo, podrá estar obligado a cumplir con ciertos tiempos de respuesta o de resolución según lo indique el contrato de soporte. Estos son algunos ejemplos de tipos de alerta de eventos:

- Sistema o dispositivo fuera de servicio: Se refiere a un dispositivo que no funciona.
- Sistema o dispositivo con bajo rendimiento: Se refiere a un dispositivo o entorno tecnológico que no está funcionando en forma óptima.
- Posible problema: Se refiere a una situación que podría sacar de funcionamiento al sistema.

Una vez que el proveedor alerta al cliente, este último podrá decidir cómo abordar la situación. Las decisiones más comunes de los clientes son las siguientes:

- Resolver la alerta internamente.
- Encargar al proveedor que envió la alerta que se ocupe del problema si está estipulado en el contrato de soporte.
- Encargar a un tercero (es decir, un proveedor que no haya enviado la alerta) la resolución de la alerta.
- Ignorar la alerta.

MÁS INFORMACIÓN

Investigaciones relacionadas

- *Market Analysis Perspective: Worldwide Software and Hardware Support and Deployment Services* (IDC n.º US45543716, septiembre 2019)
- *Asset Procurement: Why Flexible Consumption Models Are Disrupting Buying Behaviors* (IDC n.º DR2019_T6_RB_SM, marzo 2019)
- *Deploying Enterprise IT Assets: DIY or Outsource, What Is More Cost Effective?* (IDC n.º US44479318, diciembre 2018)
- *IDC FutureScape: Worldwide Datacenter 2019 Predictions* (IDC n.º WC20181101, noviembre 2018)
- *The Impact of Flexible Consumption Models on the IT Procurement Process* (IDC n.º US44382218, octubre 2018)

Sinopsis

Este estudio de IDC utiliza el modelo de IDC MarketScape para evaluar a proveedores que operan en el mercado de servicios de soporte a nivel global. IDC MarketScape es una evaluación que se basa en un marco integral y un conjunto de parámetros que analizan a los proveedores en una comparación entre sí y en relación con los factores con más posibilidades de llevarlos al éxito en un determinado mercado en el corto y largo plazo.

"El mercado de servicios de soporte es una plaza madura en la que la mayoría de los proveedores pueden brindar este tipo de servicio. Este análisis de IDC MarketScape busca diferenciar a aquellos que están invirtiendo en innovación para satisfacer las necesidades de sus clientes. Esto requiere una hoja de ruta estratégica que ayude a los clientes empresariales a innovar, diferenciarse y competir en los ámbitos tecnológico, operativo y comercial. Para ello, los proveedores de servicios de soporte deben contar con la combinación adecuada de personas, procesos y tecnología para satisfacer las demandas", comentó Rob Brothers, vicepresidente de Programas, Servicios de Soporte y Centros de Datos.

Acerca de IDC

International Data Corporation (IDC) es el principal proveedor global de inteligencia de mercado, servicios de consultoría y eventos para los mercados de tecnología de la información, telecomunicaciones y tecnología del consumidor. IDC ayuda a profesionales de TI, ejecutivos de negocios y a la comunidad de inversores a tomar decisiones de compra de tecnología y estrategia de negocios basadas en hechos. Con más de 1100 analistas, IDC ofrece experiencia y conocimientos globales, regionales y locales sobre oportunidades y tendencias en tecnología e industria en más de 110 países en todo el mundo. Desde hace 50 años IDC proporciona conocimientos estratégicos para ayudar a sus clientes a alcanzar sus objetivos clave de negocios. IDC es una subsidiaria de IDG, la empresa líder de medios tecnológicos, investigación y eventos del mundo.

Sede central mundial

5 Speen Street
Framingham, MA 01701
EE. UU.
508-872-8200
Twitter: @IDC
idc-community.com
www.idc.com

Aviso de copyright y marca comercial

Este documento de investigación de IDC fue publicado como parte de un servicio de inteligencia continuo que ofrece investigaciones escritas, interacciones con analistas, sesiones informativas remotas y conferencias. Visite www.idc.com para conocer más sobre la suscripción al material de IDC y sus servicios de consultoría. Para conocer la lista de oficinas de IDC en el mundo, visite www.idc.com/offices. Comuníquese con la línea de IDC al 800-343-4952, interno 7988 (o al +1-508-988-7988) o escriba a sales@idc.com si desea información sobre cómo solicitar que el valor de este documento se descuente de la compra de un servicio de IDC, o sobre cómo obtener copias adicionales o derechos de Internet. IDC e IDC MarketScape son marcas comerciales de International Data Group, Inc.

Copyright 2019 IDC. Prohibida su reproducción sin autorización. Todos los derechos reservados.

