

Jaume Ametller, Presidente del Grupo ADD

«En seguridad somos pioneros en la representación oficial de los productos y soluciones de nuestro catálogo»

Es de justicia reconocer que la dinamización del mercado de oferta en España corresponde en una no desdeñable medida a aquellas empresas mayoristas –ciertamente pocas– que han sabido, con una actitud visionaria, ir conformando un conjunto de soluciones tecnológicas competitivas y de calidad en un ámbito tan singular, difícil y exigente como es el de la seguridad en las TIC. El Grupo ADD, con una potente área en la materia desde 1996, demuestra además con los elevados guarismos de su facturación, que su apuesta fue acertada. Su presidente, Jaume Ametller, manifiesta en esta entrevista una renovada confianza en este sector y en su modelo de negocio.



tos integrales de seguridad perimetral, etc.

- **¿Prescribe daVinci, en el curso de sus proyectos, sólo los productos de ADD Distribuciones Informáticas o no necesariamente?**

- daVinci recomienda las tecnologías y los productos que mejor solucionan las necesidades del cliente, con independencia de marcas y productos distribuidos por la otra compañía del Grupo. Las empresas recurren a daVinci para que colabore con ellas en la definición de la tecnología más adecuada y la implementación de ésta.

En el mercado español, la distribución se rige más por el precio que por el servicio ofrecido. En daVinci nos dimos cuenta de que hay soluciones que no podían venderse sin un servicio y sin una consultoría previa, lo que suponía asignar presupuestos para invertir en técnicos y en formación, costes difícilmente asumibles por las empresas de distribución debido a los márgenes que genera este tipo de negocio. Por este motivo, se limitan a ofrecer servicios básicos, mientras que en daVinci ofrecemos servicios complementarios más específicos.

- **¿Cuál ha sido la facturación del Grupo en 1999?**

- Hemos cerrado el ejercicio de 1999 con una facturación superior a los 2.100 millones de pesetas, frente a los 1.300 millones registrados en 1998. Las líneas de facturación específicas de nuestras líneas de seguridad han supuesto porcentualmente un 35% del total, lo que supone unos 735 millones de pesetas aproximadamente. En relación con 1998, el crecimiento porcentual del área de seguridad en 1999 aumentó en más de un 160%.

Realmente, se ha notado un incremento impresionante del área de seguridad, seguida del segmento de lo que denominamos infraestructura de multinet: alta disponibilidad, servidores de aplicaciones... Nuestra previsión total de facturación en 2000 se sitúa entre los 3.700 y los 3.800 millones de pesetas.

- **¿Qué es lo que distingue a ADD Distribuciones Informáticas de otras compañías del mercado?**

- En el área de seguridad de ADD Distribuciones Informáticas, en donde yo calculo que tenemos el 60% de cuota de mercado en ventas, hemos sido pioneros en obtener la distribución de todo nuestro catálogo de productos. Nos preocupa mucho incorporar en nuestro portafolio las mejores soluciones disponibles. En este sentido, hemos firmado recientemente un acuerdo de distribución con Baltimore Technologies, cuyas soluciones para PKI son inmejorables. Por otra parte, nuestros técnicos, además de estar formados y en continuo proceso de actualización de conocimientos, tienen una vocación de servicio para con el VAR encomiable. El resto de nuestra oferta de seguridad en red,

- **¿Qué es el Grupo ADD?**

- Es un grupo de sociedades, alguna de las cuales tiene doce años de historia, que afronta el mercado en dos orientaciones distintas: una, dedicada a las distribuciones informáticas, que toma el nombre de ADD Distribuciones Informáticas y sigue la tradición de distribución mayorista de productos, y otra, enfocada al mundo de la prescripción y los servicios de consultoría tecnológica de pre-proyecto, desvinculada de marcas y soluciones concretas, denominada daVinci Consulting, nacida a mediados del año pasado.

- **¿Cómo están organizadas las empresas del Grupo y qué atención le presta cada una a la seguridad?**

- ADD Distribuciones Informáticas dispone de un grupo de responsables de producto, que da servicio e informa a los comerciales. A su vez hay un Departamento Técnico de Sistemas, formado por ocho especialistas, que conocen en profundidad cada solución de seguridad por separado. Desde este Departamento se ofrecen servicios básicos de instalación, formación –que literalmente se ha disparado–, e incluso servicios en línea y 24 X 7. Somos, en este sentido, una de las primeras empresas en Espa-

ña en ofrecer tal servicio, del que actualmente se benefician dos compañías del sector de las telecomunicaciones. Entendemos que estos servicios siempre son contratados por los revendedores de valor añadido (VARs), ya que ADD Distribuciones Informáticas nunca va al cliente final.

Por otra parte, y también dentro del Grupo ADD, se encuentra daVinci Consulting, que está estructurada en unidades de negocio por

«Estamos observando con interés algunos productos de biometría complementarios con las soluciones de Baltimore para reforzar la autenticación de usuarios»

sectores. Dichas unidades pueden ser el embrión de otras sociedades a medida que el desarrollo del mercado lo vaya demandando. En la unidad de negocio de seguridad de daVinci hay quince profesionales, entre comerciales, cuya misión es la apertura de mercados, y consultores técnicos, especializados en diversas áreas: diseño de políticas, sistemas de prueba y de prevención de intrusiones, proyec-

en mi opinión una de las mejores del mercado español, incluye productos de compañías tan reputadas como Check Point (sistemas cortafuegos, VPN y gestores de ancho de banda), StoneBeat (alta disponibilidad en cortafuegos), Internet Security System/ISS (auditoría, monitorización y respuesta a ataques), Aladdin/eSafe (software antivirus y antivandálico), Radware (balanceo de carga y alta disponibilidad), NetPartners (bloqueo de accesos a Internet) y RSA Security (sistemas de autenticación).

- ¿Considera usted a Afina Sistemas y a New Link su competencia en el mundo de la distribución de productos de seguridad?

- Sí, por supuesto.

- ¿Cree que hay razones por las que un cliente, que ha seleccionado un mismo producto distribuido por ADD y por otra empresa mayorista, podría decantarse por tratar con ADD y no con la competencia?

- Si, claro que hay razones, una de ellas es que nosotros nos involucramos con el cliente. De las dos casas que usted ha mencionado, a las cuales respeto profundamente, la extranjera tiene una visión que creo alejada de lo que es el mercado español; no nos parecemos en nada. Con la española quizá tengamos más similitudes.

Aún así, creo que ADD ofrece más ventajas si de lo que se trata es de ir más allá de comprar una caja y mirar el precio, al haber tenido muchos de nuestros técnicos una cultura de venta directa en otras etapas de su vida profesional. Tenemos, en consecuencia, socios muy fieles.

- ADD fue uno de los primeros socios para la venta de las soluciones PKI de Safelayer Secure Communications. Hoy esa relación se ha extinguido y ustedes distribuyen los productos de Baltimore Technologies. ¿Por qué?

- Siento un gran respeto por los miembros del equipo profesional de esta gran compañía y además mantengo una excelente relación personal con ellos. Ciertamente, la suya fue la primera opción que miramos con gran detenimiento en momentos en los que no se puede decir que abundaran en España las alternativas en el ámbito de la PKI. Lo que pasa es que a medida que el mercado ha ido evolucionando, y entendiendo que como fabricantes su filosofía era de venta directa, pues nuestra relación como ADD Distribuciones Informáticas dejó de tener sentido.

Por el contrario, Baltimore nos ofreció la posibilidad de ser los mayoristas de su tecnología en España con el compromiso de ofrecer dicha tecnología por el canal de distribución. Es más, daVinci Consulting ha renunciado voluntariamente a vender licencias Baltimore para evitar susceptibilidades. Nosotros tenemos la obligación y el compromiso con esta compañía angloirlandesa de establecer una red de socios, como por ejemplo Centrisa, para promocionar el mercado de las PKI's.

- ¿Qué facturación creen poder alcanzar en 2000 en el entorno específico de la PKI?

- El mercado global de PKI en España va a superar los 1000 millones de pesetas, pero fijemos la cantidad en 1000 millones justos. Si consiguiéramos el 50% de esta cifra, nos sentiríamos satisfechos. Y estoy hablando de licencias. Si multiplicamos por cinco –siguiendo la proporción de una peseta la licencia y un duro el proyecto–, pues los proyectos que pudieran salir alrededor de la PKI podrían



«En 1999 facturamos en el Área de Seguridad 735 millones de pesetas aproximadamente, un 160% más que en el ejercicio pasado»

alcanzar los 2.000 ó 2.500 millones de pesetas, visto desde una perspectiva optimista. De hecho ya estamos participando en algunos concursos donde la licencia viene a representar un 20% de la cifra final.

- ¿Hay alguna tecnología/producto que vaya a incorporar en breve al portafolio de soluciones de que dispone el área de seguridad de ADD Distribuciones Informáticas?

- En el mundo de la PKI, el acuerdo con Baltimore es la punta del iceberg. En principio estamos observando algunos productos complementarios con las soluciones de Baltimore, basados en tecnología biométrica para reforzar la autenticación de usuarios.

- ¿En qué estado se encuentra el acuerdo que mantenía ADD Distribuciones Informáticas con Litronic?

- Los productos de Litronic, y otros orientados al mundo de la tarjeta inteligente, ofrecen

soluciones parciales a los problemas existentes. Además, la mayoría de los fabricantes americanos tienen mermadas, hoy por hoy, sus posibilidades de exportar ciertas tecnologías criptográficas.

En todo caso, al final el fabricante de tarjetas inteligentes tiene que hablar con el de PKI para cooperar. Como sabe, Baltimore está ultimando un acuerdo estratégico con Gemplus para que los productos de la segunda soporten todas las funcionalidades que ofrecen las tecnologías de la primera. En consecuencia, y por ser los distribuidores exclusivos de Baltimore, también nos convertiremos en el canal oficial de venta de Gemplus.

- ¿Cree que la llegada de Windows 2000 va a alterar el mercado de fabricantes especializados en infraestructuras de clave pública?

- En mi opinión va a ayudar a que con el tiempo los usuarios se familiaricen con algo distinto al nombre de usuario y la contraseña, y se acostumbren a las tarjetas y los certificados. Creo que Microsoft tiene potencial suficiente para popularizar estas tecnologías, y en este sentido saludo la llegada de Windows 2000.

Dicho esto, también añadiré que si por alguna razón el advenimiento de la estrategia de Microsoft llevara implícita una ruptura de la línea de trabajos en curso, enfocada a la búsqueda de un estándar, pues no me parecería bien. En todo caso, los sistemas operativos dentro de unos años van a incorporar una serie de funcionalidades que ahora nos parecen imposibles.

- ¿Qué percepción tiene usted acerca de la actitud del usuario corporativo en materia de seguridad a la luz de estas modernas tecnologías?

- Todo el mundo es consciente de su importancia. Cosa distinta es que esto se traduzca en hechos. Parece como si muchos pensarán: que sea el vecino el que empiece y que invente, y ya veré yo que hago. Hasta hace unos meses existía la excusa del Y2K, felizmente superado por el sector y por los usuarios, que ha frenado muchas inversiones.

En el fondo creo que hace falta valor para abordar proyectos ambiciosos de seguridad, probablemente porque también creo que los primeros corren el riesgo de hacer el ridículo, ya que de estas nuevas tecnologías no sabemos mucho, y todos tenemos que aprender con humildad. Y claro, para aprender hay que meterse en harina. Sucede también que no queda mucho tiempo para dormirse en los laureles. Por eso, a medio plazo soy optimista, sobre todo en el ámbito de las comunicaciones avanzadas VPN seguras IPsec. ■

Redacción: Luis G. Fernández Delgado
Fotografía: Jesús A. de Lucas