

«Los usuarios en seguridad son cada vez más exigentes y nosotros respondemos con credibilidad a sus demandas de ciclos más completos»



Jaume Ametller,
director general de daVinci
Consulting Tecnológico

Hace justamente cuatro años irrumpía en el mercado daVinci, una apuesta independiente del Grupo ADD que heredaba la experiencia atesorada en su departamento de consultoría y servicios. Hoy, ya en 2002, nadie duda de la pujanza de esta compañía, que terminó el pasado ejercicio fiscal con una facturación de 20 millones de euros y un crecimiento del 31% en el área de e-Security. Para hacer un balance de esta trayectoria, y contar las líneas de continuidad en las distintas áreas, SIC ha entrevistado a su director general, Jaume Ametller.

- ¿Qué han supuesto para Davinci estos años de vida?
- Como tal nace en el 98 y básicamente estaba centrada en dos grandes áreas: la del mundo que órbita alrededor de las bases de datos y del desarrollo, y en otra centrada en la seguridad. Afortunadamente, y a excepción del año pasado, en que 'sólo' creció un veinticinco por ciento, cada año ha ido doblando su tamaño. Y para el presente ejercicio, nuestras previsiones apuntan a un crecimiento del veinte por ciento. El objetivo para este 2002 es hacer 21,03 millones de euros, y hasta el momento, en lo que va de primer trimestre de año, no sólo vamos en línea sino que además hemos superado las previsiones.
- ¿Cómo se vertebra su compañía y quiénes la conforman?
- Actualmente en daVinci somos 160 personas y fundamentalmente, desde la óptica funcional, nuestra organización descansa sobre cuatro áreas de actuación: la primera es la que denominamos desarrollo y despliegue de aplicaciones en entornos de red (*e-Development*); la segunda es el área de especialización en soluciones para portales corporativos y de negocio (*e-Content*), seguida del área de gestión de calidad de servicio de aplicaciones, servidores y redes (*e-Performance*), para terminar con el área más tradicional en nuestra empresa, el área de protección del acceso a la información corporativa (*e-Security*).
- ¿Qué distingue a daVinci de otras compañías del mercado?
- Bajo mi punto de vista, lo que mejor nos define frente a otras opciones orientadas al mismo segmento de mercado es nuestro compromiso con el cliente en proporcionar sólo proyectos tecnológicos que se ajusten a sus requisitos individuales, es decir, soluciones específicas para problemas concretos. Hay otro aspecto esencial, y es nuestra filosofía de trabajo, que nos ha permitido mantener un contacto permanente con nuestros clientes y con el mercado, proporcionándonos la visión necesaria, en base a la cual diseñar soluciones adecuadas a las necesidades reales de cada empresa. En definitiva, procuramos aportar una coherencia tanto tecnológica como funcional, y a esto hay que añadir, por supuesto, nuestro desvelo por entender lo que un cliente espera obtener de nosotros.
- A los dos años de la creación de daVinci, el principal grupo inversor europeo se fijó en ustedes y tomó algún tipo de iniciativa determinante...
- Efectivamente, usted se refiere al Grupo 3i, que invirtió en el año 2000 cerca de 19,83 millones de euros en daVinci, para lo cual adquirió un 33% de nuestra participación. Por aquella época estábamos implementando las soluciones de seguridad que iban a proteger el portal de Terra Networks, y para nosotros supuso una muestra de confianza innegable, ya que este grupo buscaba empresas que tuvieran una capacidad de crecimiento considerable.
- En nuestro caso, pensamos crear y diversificarnos, lo cual incluye salir fuera de España. Este salto a Latinoamérica, más concretamente a México y Brasil, lo teníamos preparado para el año pasado, pero la situación del mercado no nos acompañó, y además, ocurrió la lamentable tragedia del 11 de septiembre, con lo cual nos quedamos a las puertas. De todas formas, ya tenemos varios integradores de seguridad localizados en estos países con los que firmar algún tipo de acuerdo, o si se terciara, incluso para adquirir.. Es pues un proyecto que queremos abordar en cuanto sea posible.
- ¿Cuál es la percepción que de ustedes tiene el cliente final?
- El elemento principal que nos identifica frente al cliente es la representación y el soporte completo de todo lo que a tecnologías de la información se refiere. Bajo nuestro prisma, la zona donde nos sentimos más cómodos es la parte que entendemos como infraestructuras, que es un término medio entre lo más cercano al usuario final -que son las aplicaciones- y los fabricantes de tecnología. En este sentido, abarcamos todo el ciclo de desarrollo de un proyecto, controlando todo el espectro de soluciones punteras del sector, que incluye desde el comienzo del proyecto hasta el mantenimiento de la cadena de valor añadido. Con nuestra metodología, los clientes finales pueden hacerse una idea de qué es lo que podemos ofrecer, y esto es un elemento a tener en cuenta.

– **daVinci cuenta ya con una dilatada lista de referencias importantes entre las que se encuentran, Red Eléctrica-Albura, Banco de Sabadell, Terra Networks y Seur, entre otras. ¿Cuál es la experiencia aportada por estos proyectos?**

– Estamos muy contentos de trabajar con organizaciones como las que usted menciona. Desde nuestra aparición en el mercado, nos hemos caracterizado por estar orientados a la realización de proyectos globales y a la provisión de servicios avanzados. Para nosotros, colaborar con estas compañías de renombre fue el detonante para que nuestra estrategia de mercado cambiara: los usuarios en seguridad son cada vez más exigentes, nos pedían un ciclo de seguridad más completo, y nosotros respondimos al reto con credibilidad. Para que esto haya sido posible, nuestra evolución ha tenido que ser global; crear nuestra propia metodología y nuestros propios proyectos han sido las piezas fundamentales del cambio de daVinci. Por supuesto, seguiremos mejorando en colaboración con nuestros clientes para que nuestra oferta sea lo más completa posible.

– **Revisando la trayectoria de estos años de actividad ¿Cuáles han sido los aciertos más destacados y los fracasos, si es que los ha habido?**

– Nuestros aciertos más destacados han estado focalizados quizá en el área de calidad de servicio. Desde 1996 continuamos teniendo los mismos productos, y por ahora, la experiencia nos ha demostrado que sigue siendo una opción interesante para nuestros clientes. En cuanto a los fracasos, que como cualquier compañía tiene, destaca nuestro desacierto con todo el área PKI. En este sentido fuimos pioneros al anticiparnos a las necesidades del mercado ofreciendo algunos productos específicos, pero esto no fraguó por ser excesivamente prematuro y tuvimos que clausurarlo. Con esto queda suficientemente demostrado que en este tema se necesitan otro tipo de parámetros, no solo los tecnológicos.

– **¿Cuáles son sus actuales socios tecnológicos en el área de la protección?**

– Al segmento que denominamos *e-Security* hemos incorporado recientemente algunas soluciones de vanguardia que se suman a las de nuestros socios históricos: Check Point, Nokia, Internet Security Systems, Trend Micro, Stonesoft y RSA Security. Actualmente, hemos suscrito alianzas tecnológicas con Keyware y su plataforma para la integración de tecnologías de seguridad biométrica, con ClearSwift en el campo de gestión de políticas de uso del correo electrónico, con Tripwire en el aspecto de la integridad de datos y sistemas, con Network Appliance y su tecnología de alta disponibilidad para contenidos cifrados, y por último, Protegrity con sus soluciones para la protección de bases de datos.

Con todas estas soluciones punteras y tecnológicamente avanzadas pretendemos cubrir todo el ciclo de vida de un proyecto *ebusiness*; desde la fase inicial de consultoría y prescripción tecnológica hasta el mantenimiento de las soluciones existentes para la gestión de la seguridad empresarial (EMS), seguridad perimetral, seguridad de contenidos y antivirus, protección del canal de comunicación, gestión de vulnerabilidades, y por último, sistemas de autenticación.

– **¿daVinci da por finalizado su capítulo de alianzas al objeto de ampliar y poner al día su portafolio de soluciones y servicios?**

– Nuestra voluntad siempre ha sido procurar transmitir algo nuevo al cliente. Por esta razón, hemos realizado una revisión de toda nuestra oferta tecnológica, con el objetivo de ampliar nuestro portafolio de servicios, ya que consideramos que actualmente hay una saturación de productos. Esta revisión holística la hemos bautizado como 'Octubre Rojo', y con ella pretendemos continuar posicionados en la vanguardia tecnológica, anticipándonos a las necesidades del mercado ofreciendo los servicios y productos necesarios para proteger globalmente cualquier proyecto empresarial. Fundamental-

mente, hemos plasmado nuestra experiencia atesorada durante años en un documento que abarca las necesidades que puede tener una compañía desde el área de desarrollo y despliegue, hasta el área de seguridad. Para nosotros ha supuesto un gran esfuerzo, y es el valioso fruto de más de 50 personas, 75 fabricantes y muchas muchas horas. Con toda probabilidad, este nuevo servicio estará funcionando para el mes de septiembre.

– **De un tiempo a esta parte, están surgiendo nuevos actores españoles en los diferentes nichos de mercado, a los que se suman compañías extranjeras, mayormente fabricantes, que 'aterrizan' aquí diciendo que lo saben todo y son líderes, sin conocer siquiera que ya existen empresas dedicadas a esto desde hace bastante tiempo...**

– En mi opinión el mercado se está polarizando. Hoy en día, el modelo de compañía que abarca todas las áreas de actividad es el menos numeroso, mientras que continúan surgiendo pequeñas empresas que vienen a



«Lo que mejor nos define es nuestro compromiso con el cliente en proporcionar solo proyectos tecnológicos que se ajusten a sus requisitos individuales, es decir, soluciones específicas para problemas concretos»

ensombrecer la actividad de las ya presentes, más aún, si cabe. En nuestro caso, en nuestras grandes áreas de especialización tenemos competidores, pero en el campo específico de seguridad continuamos con nuestro tradicional enfoque de mercado, lo cual es un elemento que han valorado las referencias más importantes del sector, en áreas de actividad como telco, banca y finanzas, medios de comunicación y administración pública.

En cuanto a las compañías extranjeras que están llegando a España sin saber que existimos, hay que reconocer que el elemento diferenciador, aparte del potencial económico, es su mayor experiencia en proyectos de gran envergadura, lo cual les ha podido proporcionar unos conocimientos y una metodología diferente a la nuestra. Eso sí, creo que estas compañías están sustentadas sobre pilares cimentados en el puro marketing, lo cual, a la hora de la verdad, es lo que produce problemas de sintonía. Las empresas tienen que adaptarse a las necesidades específicas de cada mercado y a las de sus clientes finales, y en eso creo que a estas alturas no pueden colonizarnos.

– **A raíz de la tragedia del 11 de septiembre se ha generalizado la idea de que el mundo de la seguridad TIC ha vivido una revitalización. En su opinión ¿es necesaria la creación de un revulsivo amarillista como la figura del perverso 'hacker' para que una compañía demande refuerzos en estas áreas?**

– Aunque es un error afirmar genéricamente que el mundo de la seguridad se fortaleció después del 11-S, es evidente que ha sido un revulsivo en temas de seguridad física, y también para las compañías que ofrecen planes de contingencia o sistemas para respaldos remotos.

Respecto al tema del intrusismo, hay que decir que sí está en candelero, y es lo que la mayoría de la gente entiende por seguridad. Eso sí, para las empresas es un problema añadido; existen intrusiones todos los días, pero por regla general, no se cuentan, es algo íntimo. A esto hay que sumarle que la mayoría de las organizaciones no toman medidas al respecto, y que los verdaderos problemas no provienen del exterior, sino del interior. Por otro lado, existen más 'patas' a tener en cuenta en el mundo de la seguridad, no solo la de los 'hackers'; eso pertenece solo al área de seguridad perimetral. Por ejemplo, la disponibilidad, la calidad de servicio, el control de contenidos y la autenticación. En nuestro caso, pretendimos unir las áreas de disponibilidad y calidad de servicio, pero en nuestro país la tecnología está aún sin madurar. Por otra parte, la autenticación ha sido otro de los problemas añadidos al 'no despegue' del comercio electrónico en nuestro país.

– **España es un país activo en lo que se refiere a certificación y firma digital, y como muestra está el proyecto del DNI electrónico, dinamizador futuro del comercio electrónico. Ustedes han trabajado con RSA Security en materia de autenticación, y esta área parece no arrancar del todo. En su opinión ¿cuál es la clave para que se lleven bien Internet y la seguridad?**

– Como sin duda sabe, en materia de autenticación nosotros hemos sido uno de los primeros integradores en ofrecer soluciones biométricas de la mano de Keyware. En cuanto al problema del comercio electrónico en nuestro país, opino que ha sido una convergencia de varios factores, entre ellos la seguridad y la peculiar forma de comunicarse de los españoles. La conclusión principal a destacar de este tema es que las ventajas no han sido reales. El esfuerzo de utilizar un medio desconocido y menos humano no se ha visto compensado con ventajas de peso, lo cual ha desequilibrado la balanza. En la parte más específica de seguridad, por ejemplo, en el área de la banca electrónica, si se perpetra un atraco al estilo tradicional en una sucursal física, todo el mundo lo asume como un elemento más de la vida cotidiana, pero en Internet no ocurre lo mismo: al usuario final le gusta sentir que su dinero se encuentra seguro. Si a esto se le suma que es un sector culto el que utiliza las nuevas tecnologías, el panorama no es muy alentador.

– **Por último, daVinci se encuentra en ciernes de cerrar un acuerdo estratégico con un proveedor de servicios de seguridad gestionada...**

– Sí, estamos evaluando varias opciones. En nuestros estudios de mercado, hemos podido comprobar que existen muchas empresas que tienen una cantidad considerable de dispositivos de seguridad variopintos, repartidos geográficamente, y su personal no es capaz de controlarlo, y encima carecen de la metodología para hacerlo: por lo que se piensa en externalizar la seguridad. En este sentido, hay una referencia destacada en esta área, Albura, que está terminando un proyecto importante. daVinci está buscando una compañía estratégica con la cual firmar próximamente un acuerdo para mantener la vocación y el compromiso con nuestros clientes en la provisión de servicios avanzados. n

Texto: Luis G. Fernández

Fotografía: Jesús A. de Lucas