



Emilio Román, DIRECTOR GENERAL DE FORTINET

“Cuatro años antes de que IDC acuñara el modelo UTM, Fortinet ya trabajaba con él”

Fortinet, en su calidad de pionero en el segmento de UTM (gestión unificada de amenazas), fundamenta su estrategia de valor en una concepción de seguridad integral a nivel hardware y software y en la aceleración de las aplicaciones, y tiene la capacidad suficiente para blindar tanto las redes pequeñas de las pymes como el backbone de las grandes organizaciones.

R. Contreras

¿Cómo se define Fortinet y cómo se postula ante los clientes?

Fortinet fue constituida en octubre de 2000, hace ya ocho años, y se reconoce como fabricante de soluciones de seguridad integrales. Esta ha sido nuestra visión y la hemos mantenido desde el principio. Siempre hemos apostado por la innovación en el terreno de la seguridad y hemos sido los primeros en lanzar soluciones que integren todas las funcionalidades para poder detectar cualquier tipo de ataque o amenaza que ponga en peligro la integridad de las redes.

¿Cuál es su estrategia en la gestión unificada de las amenazas?

Las siglas UTM fueron acuñadas por IDC a finales de 2004. Cuatro años antes, Fortinet ya había apostado por ese tipo de soluciones, siendo el primer fabricante en integrar distintas funcionalidades de seguridad en la misma solución, en este caso, en el mismo appliance. Desde hace dos o tres años, han sido bastantes las compañías que se han subido al carro de ese segmento UTM, pero todas ellas con una visión muy similar. Han partido de una solución puntual (en muchos casos firewall), y a partir de ella han llegado a acuerdos con terceras compañías para embeber sus aplicaciones, una encima de la otra, sin integración entre ellas y haciéndolas correr en las CPUs de propósito general que utilizaban esas soluciones para hacer firewall. Nuestra visión es radicalmente distinta: todo el desarrollo de Fortinet tanto a nivel hardware como software siempre ha sido propio y nos ha permitido la perfecta integración. Somos el único fabricante con la ventaja tecnol



lógica de ofrecer aceleración hardware a nuestras soluciones no sólo para hacer firewalling sino el resto de funcionalidades de seguridad a nivel de aplicación (antivirus, antispam, cifrado web, etc.), que suelen consumir muchos recursos de forma que no introducimos retardo en las redes. Nuestra tecnología nos permite detectar hasta ataques mixtos que funcionan a distintos niveles. Por tanto, no tenemos que pagar 'royalties' a terceras compañías, con lo que el precio de nuestras soluciones sigue siendo el más bajo del mercado. Estos valores nos han permitido seguir siendo líderes del segmento UTM de este trimestre como certifica IDC, tanto a nivel de facturación como de unidades.

Check Point, Cisco, Crossbeam, Juniper y SonicWALL, son sus principales competidores. ¿Qué bazas ofrece Fortinet frente a ellos?

Fortinet es una compañía que nace y vive en la red con soluciones que pueden cubrir las necesi-

dades de los clientes tanto del perímetro de la red como el backbone, como en los CPDs de nuestros clientes. En este sentido, consideramos que nuestros mayores competidores, a los que vamos ganando terreno desde hace años, son Juniper y Cisco, y cuya oferta no es integrada.

¿Qué nivel de seguridad, en su opinión, tienen las empresas españolas?

Depende bastante del segmento de empresas al que nos dirigamos. Pese a que cubrimos la seguridad para la red más pequeña y para la más grande y las amenazas al final son las mismas, nuestros valores son distintos. El segmento de la mediana y gran empresa está más que concienciado de la necesidad de cubrir la seguridad de una forma integral y son conscientes que con un firewall y un antivirus están más descubiertos a día de hoy que hace cinco años. En la pyme, este conocimiento no está

tan extendido y es labor de todos concienciarla sobre los riesgos de no estar securizada, y es que al final aquella que no extrema precauciones lo termina pagando.

El mundo de las amenazas no para de crecer...

El sector es muy dinámico, las amenazas de Internet cambian constantemente. Ayer hablábamos del spam y hoy se está empezando a hablar de spam 2.0 y de que el spam no es sólo correo masivo sino también comunicación que no queremos recibir cuando utilizamos redes sociales. Hoy estamos cubriendo la necesidad que se provocó hace tiempo, pero esa necesidad ya está cambiando. Ahora tenemos que hablar de ataques mixtos, donde somos bombardeados por spam, correo que lleva un fichero adjunto que si el usuario se lo descarga introduce un troyan en su PC y éste se convierte en un bot o zombie. Por tanto, la empresa

o dispone de todas esas soluciones o va a ser atacada de una forma u otra.

¿Cuáles son las principales áreas de negocio de Fortinet y sus principales clientes?

Nuestra cobertura a las necesidades de seguridad también es integral. Nuestro portafolio estrella sigue siendo FortiGate, basado en soluciones appliance que cubre desde firewalls, antivirus, antispam, etc., apoyado con soluciones para la gestión centralizada y para el logging y el reporting centralizado, FortiManager y FortiAnalyzer, que cubren la seguridad de las redes. Pero también cubrimos la seguridad de nuestras aplicaciones, como puede ser FortiMail, para el correo electrónico, o FortiDB para proteger bases de datos. Entre nuestros clientes se encuentran Jazztel, Yacom, Euskaltel, BT u organismos del sector público como la cobertura a nivel de aplicación de los CPDs de Xunta de Galicia, la Junta de Andalucía y la Junta de Castilla de León. El sector financiero también es significativo, con proyectos en los principales bancos del país.

¿Puede hacer balance del año (previsiones y reparto de ingresos)?

El balance es positivo. Somos el segundo fabricante por ingresos en el mercado español de appliances, por detrás de Cisco. El objetivo es crecer un 40 por ciento respecto a 2007, y según nuestros datos vamos a alcanzar el 50 por ciento. El 60 por ciento de los ingresos proviene de compañías medianas y grandes, y el 40 por ciento de la pyme. Por sectores, están la Administración Pública (40 por ciento), y el sector privado (60 por ciento).