



Padecemos una epidemia silenciosa a través de internet

MIKEL URIZARBARRENA,
presidente de Panda Software

Desde pequeño, Mikel Urizarbarrena siempre tuvo claro que quería ser empresario, y a ello enfocó sus esfuerzos. En 1990 fundó Panda Software con su mujer, Berta Frías, con un capital de 5.000 euros. Al cabo de un año ya tenía acuerdos con IBM y Tandon para incluir su antivirus en la mayoría de los ordenadores que vendían en España. En 1993 comenzó la expansión nacional y dos años más tarde eran líderes en España. Actualmente, Panda Software está a la cabeza de la innovación e investigación en sistemas de seguridad preventiva; sus productos se traducen a 23 idiomas y se comercializan entre empresas y consumidores de más de 200 mercados de todo el mundo. Además, es la empresa que más está creciendo en la industria de la seguridad informática, cuyas herramientas son cada vez más imprescindibles.

¿Cómo se sitúa Panda Software en el mercado?

Queremos transmitir que somos mucho más que una empresa antivirus, que era nuestro posicionamiento inicial. Hoy combatimos multitud de nuevos tipos de amenazas informáticas (*spyware*, troyanos, *bots*, *rootkits*, etc.). Sólo en el último año los *hackers* han creado más códigos maliciosos que en los 16 años anteriores. Por esta razón, estamos tratando de posicionarnos como la empresa que crea y ofrece los más avanzados productos y servicios de seguridad informática, como la compañía a quien particulares y empresas pueden confiar la protección de sus sistemas de información. Somos una empresa de alta tecnología, que lidera su industria y está totalmente focalizada en mantener a sus clientes siempre protegidos.

Y ¿cómo valora la situación del sector en que se mueven?

Estamos en una industria que crece sin parar. La consultora IDC prevé crecien-

tos anuales que rondan el 14% para el mercado corporativo y el 10% para el de consumo. En Panda Software esperamos superar estas cifras apostando por el canal y confiando en nuestras nuevas soluciones de seguridad 2007 que tan buena acogida están teniendo, tanto por parte de los clientes, como por la prensa especializada y los líderes de opinión.

Ahora mismo el crimen organizado en la web está creciendo. Se está profesionalizando y haciendo que sea más difícil mantener la información y los sistemas a salvo. Estamos asistiendo a una escalada sin precedentes en la cantidad de nuevos "bichos" que van apareciendo. Surgen nuevos términos, como *crimeware*, que reflejan una nueva dinámica del *malware* (*software* malintencionado), con una clara motivación económica. De hecho, en Panda hemos observado que el 70% de las nuevas amenazas detectadas en el 2006 tiene una finalidad económica.

En Panda Software estamos incrementando aún más nuestras inversiones en

tros recursos a I+D+i, mientras que son nuestros franquiciados quienes invierten en expansión, marketing y servicio local.

Actualmente, nuestro objetivo es la consolidación en los mercados internacionales en los que ya estamos establecidos y, muy especialmente, queremos incrementar nuestra cuota en EE UU, mercado en el que hemos crecido mucho en los últimos años y que resulta estratégico en el ámbito tecnológico. El mercado norteamericano es el más concienciado en materia de seguridad, y es ahí precisamente donde vemos más posibilidades de crecer.

¿Cómo se destaca en un mercado tan saturado? ¿Qué mercado destacaría como más receptivo o con más posibilidades de crecimiento?

La clave está en innovar más que tus competidores y en adelantarte a las nuevas amenazas. Por ejemplo, en el 2004 lanzamos nuestras tecnologías TruPrevent®, capaces de bloquear amenazas desconocidas. Gracias a un nuevo enfoque tec-

EL 70% DE LAS NUEVAS AMENAZAS DETECTADAS EN EL 2006 TIENE UNA FINALIDAD ECONÓMICA

I+D+i, de forma que podamos asegurar que nuestros clientes estén siempre mejor protegidos que los de nuestros competidores. En fin, un futuro apasionante.

¿En qué situación se encuentran en el mercado internacional?

En 1996, forzados por la globalización de los virus, iniciamos nuestra expansión internacional. Tras un par de años de titubeos, encontramos un modelo de expansión funcional: el de las franquicias Panda. Hoy somos la cuarta compañía en el *ranking* mundial de nuestra industria, nuestro grupo está compuesto por más de 1.500 personas y tenemos presencia local en 54 países, clientes en 230 mercados y productos traducidos a 23 idiomas. El modelo de franquicia nos permite dedicar nues-

nológico y a la aplicación de avanzadas técnicas de inteligencia artificial, nos anticipamos en varios años a toda la industria.

Con estas tecnologías, Panda se situó a la vanguardia de la seguridad preventiva adelantándose a gran parte de los avances que pudieran darse por parte de los *hackers*. Desde entonces hemos continuado creando nuevas tecnologías. Estamos liderando las que se conocen como "tecnologías PIPS" (*Personal Computer Intrusion Prevention System*), tecnologías proactivas capaces de detectar todo tipo de códigos maliciosos mediante análisis de comportamiento. La prestigiosa consultora Gartner ha señalado que estas tecnologías son imprescindibles para hacer frente a las nuevas amenazas. También nos distinguimos por ofrecer un amplio y comprometido

do repertorio de servicios al ámbito corporativo, y somos pioneros en toda la industria en el soporte técnico 24 horas los 365 días del año y el servicio de actualizaciones diarias.

Lo más importante para seguir triunfando en un mercado tan saturado es diferenciarse con nuevas tecnologías y nuevos productos cada vez más eficaces, tal y como hemos venido haciendo desde nuestra creación hace más de 16 años.

¿Qué distingue sus productos de los de la competencia?

Nuestros productos protegen mejor a nuestros clientes que los de nuestros competidores a los suyos. La principal ventaja reside en las tecnologías proactivas que, presentadas bajo la marca TruPrevent®, son capaces de reconocer amenazas sin que nuestro laboratorio las haya tenido que identificar previamente. Hoy en día, ninguno de nuestros competidores cuenta con algo parecido.

Por otra parte, nuestras soluciones 2007, recientemente presentadas, se distinguen por un consumo de recursos menor que las de nuestros principales competidores, con lo que el usuario no percibe ningún efecto secundario. El consumidor puede instalar nuestras soluciones y olvidarse de virus, troyanos, programas espía y demás amenazas, sin que por ello se resienta el rendimiento de su equipo.

¿Qué proyectos de los que tienen en marcha destacaría?

A pesar de que los usuarios no sean conscientes de ello, ahora mismo, la batalla frente a los *hackers* está en su punto culminante. La ausencia de gusanos que generen grandes epidemias y titulares en los medios hace creer que el panorama está tranquilo, pero sucede exactamente

lo contrario: está teniendo lugar una auténtica epidemia silenciosa, mucho más dañina e insidiosa que cualquiera anterior. El panorama anterior constituye un enorme reto para nosotros. Seguimos investigando nuevas técnicas basadas en inteligencia artificial que den lugar a algoritmos capaces de identificar nuevas amenazas sin intervención de personas. Estamos muy contentos con los avances que estamos consiguiendo. Desconocemos los planes de los *hackers*, y por ello nos esforzamos tanto en investigar e innovar para garantizar al máximo que nuestros clientes cuenten siempre con la mejor protección del mercado.

¿Las empresas españolas ya son conscientes de que la seguridad es una inversión y no un gasto, o todavía son reticentes?

Las medianas y grandes empresas españolas han tomado conciencia de lo importante que es para sus negocios que los sistemas informáticos funcionen al 100%, pero no siempre disponen de las medidas oportunas para evitar los problemas de se-

metral en la pyme 2006. Pese a que el 67% afirma entender el concepto de protección perimetral y el 90% confirma poseer dicha protección, las empresas la identifican con disponer de un *firewall*. En la misma línea, el 43% piensa que con el antivirus ya está a salvo de las amenazas. Y únicamente el 35% coincide de una manera aproximada con la definición de "capa perimetral" aportada por IDC, Panda y otros expertos.

¿Qué papel se le otorga en Panda a la I+D?

La I+D es vital para Panda Software. Es nuestro capítulo más grande y le dedicamos una parte cada vez más importante de nuestro presupuesto anual.

Tenemos un departamento, denominado Panda Research, dedicado exclusivamente a investigar nuevos enfoques y técnicas de seguridad. Aparte, disponemos de la división de I+D encargada de crear productos e investigar nuevas formas de que nuestras soluciones sean cada vez más eficaces. Y además, nuestro laboratorio, PandaLabs, investiga las nuevas ten-

EL MODELO DE FRANQUICIA NOS PERMITE DEDICAR NUESTROS RECURSOS A I+D+i, MIENTRAS QUE SON NUESTROS FRANQUICIADOS QUIENES INVIERTEN EN EXPANSIÓN

guridad. Las más pequeñas tienen otras preocupaciones más importantes, pero también están avanzando. Por dar algunos datos, según el "Informe de seguridad en la pyme 2005 de Panda", solamente el 18,5% de las empresas consultadas cuenta con un *firewall*, un 10% con *antispymware* y sólo un 5,25% con una solución para bloquear el *spam*.

Algunos datos parecidos se extraen de la reciente encuesta sobre seguridad peri-

dencias que siguen los *hackers*. Todos ellos suman varios centenares de ingenieros, que son verdaderos expertos en seguridad.

¿Qué ha supuesto su experiencia al frente de Panda Software durante estos años?

Ante todo, he disfrutado enormemente haciendo crecer el proyecto. En el camino he aprendido mucho y he conocido a personas maravillosas.

También me siento orgulloso de la cantidad de personas que han hecho suyo el proyecto y han decidido desarrollar su carrera profesional con nosotros en Panda Software.

¿Dónde radica en estos momentos el reto?

A nivel de Panda Software, en ser capaz de anticiparnos a los *hackers*. A nivel más personal, me atrae mucho el desarrollar proyectos con visión empresarial, pero con un fuerte componente social. Creo que ambos aspectos son compatibles y pueden ayudar a crear un mundo mejor ■

redaccion@staffempresarial.com

