

Un candado para su móvil

LA EMPRESA CATALANA SECOMDATA HA COMENZADO A COMERCIALIZAR EN ESPAÑA LA SOLUCIÓN RED PHONE, QUE PERMITE PROTEGER LOS TELÉFONOS MÓVILES CONTRA ESCUCHAS TELEFÓNICAS Y OTROS ATAQUES

T. JIMÉNEZ
BARCELONA

El programa Sitel puso en el candelero la facilidad con la que los teléfonos, ya sean móviles o fijos, podían ser 'pinchados' para obtener información. Sin embargo, y a pesar de la dificultad que parece entrañar protegerse contra éste y otros sistemas parecidos, es posible evitar ser espiado a través del móvil. Así lo asegura la compañía española -con sede en Barcelona- Secomdata, que acaba de comenzar a comercializar la solución Red Phone -desarrollada por la compañía suiza Adeya-.

Se trata, según explica la compañía, de un sistema de categoría militar, que permite a los directivos, responsables públicos y a cualquier persona que lo desee comunicarse en todas partes con total seguridad. Esta afirmación se basa en el standard de máxima seguridad -superior al standard de encriptación de alta seguridad AES 256 bits, recomendado por el gobierno de Estados Unidos- que utiliza Red Phone, basado en claves de generación cuántica, que se usa en las comunicaciones secretas intergubernamentales. «Tras mirar varias opciones a nivel mundial, optamos por importar el producto suizo por dos motivos. El primero, porque es el más avanzado tecnológicamente; y el segundo, porque ofrecía una solución que ningún otro competidor tenía, una solución a nivel corporati-



EQUIPO FUNDADOR. De izq. a drcha., Jorge Herrera, director general, y Ricard Prats

LA SOLUCIÓN ES COMPATIBLE CON LOS DISPOSITIVOS NOKIA Y BLACKBERRY

vo», explica Jorge Herrera, director general de la compañía.

Sin embargo, Red Phone presenta una limitación para su utilización. El sistema es compatible únicamente

para los móviles que trabajan con el sistema operativo Symbian S60: BlackBerry, el 95% de los dispositivos Nokia, algunos Samsung y algunos LG. Mientras que otros dispositivos, como los Sony Ericsson, Alcatel, HTC, por ejemplo, no serían compatibles con la solución desarrollada por el fabricante Suizo.

La compañía espera encontrar su principal nicho de mercado a

nivel corporativo. Según indica Herrera, las previsiones de la empresa pasan por conseguir en su primer año de actividad entre 90 y 100 clientes corporativos, lo que le permitiría alcanzar una facturación de 750.000 euros -sin contar los particulares que se interesen por esta solución-.

Así, la empresa quiere dirigirse principalmente al sector público, y

a empresarios y directivos de «determinados sectores, como banca, energía, farmacia, distribución, seguros y audiovisual», indica el director general.

Secomdata ha elegido un sistema de distribución indirecta para llegar a los potenciales clientes de esta solución. Así, contará con sub-

ESPERA CONTAR CON CERCA DE 100 CLIENTES CORPORATIVOS ESTE EJERCICIO ECONÓMICO

distribuidores en distintas zonas de España. La intención de la compañía es llegar a contar con un distribuidor en exclusiva en cada comunidad autónoma. «Contactamos con empresas que ya están consolidadas en el mercado, normalmente en el ámbito de la seguridad o la protección de datos», explica Herrera. De momento, Secomdata cuenta con distribuidores en Madrid, Cataluña y País Vasco, aunque espera cerrar los restantes acuerdos en 2010.

Además de esta solución, como complemento, Secomdata ofrece a sus clientes otro producto, en este caso importado de EE.UU. Se trata de una memoria USB, «completamente indestructible y que permite que la información se transporte de forma totalmente segura». La compañía también ofrece servicios de auditoría para comprobar el nivel de cumplimiento de la Ley de Protección de Datos. ■

TELECOMUNICACIONES

Lleida.net abrirá nuevas oficinas en Europa

T. JIMÉNEZ
LLEIDA

La operadora de telecomunicaciones especializada en mensajes cortos (sms) Lleida.net tiene pensado ampliar su presencia internacional. Tras las aperturas de sus oficinas en Estados Unidos -en Maimi- y en Inglaterra, la compañía está estudiando distintas posibilidades para seguir su proceso de internacionalización. Según indica Sisco Sapena, director ejecutivo de la compañía, «está en mente abrir tanto en Francia, como en Italia y Alemania en breve plazo».



SISCO SAPENA. Director ejecutivo de Lleida.net

Aunque, lo que no se atreve a precisar es cuándo se concretarán esas aperturas. El plazo dependerá de la capacidad de la empresa de generar los recursos económicos necesarios. «Somos una empresa que vive de lo que genera. Si somos capaces de generar *cash flow* -flujo de caja-, no tardaremos en abrir», indica Sapena.

Además, la compañía seguirá con su apuesta por la exportación. Lleida.net ha conseguido alcanzar una cuota de exportación del 50%, gracias a los más de 50 mercados en los que opera, principalmente a través de acuerdos con opera-

dores locales a los que da servicio en sus mercados. Por importancia, Estados Unidos, Inglaterra, Venezuela, Argentina, Paraguay, Uruguay y México son sus principales mercados, y está realizando gestiones para entrar en China.

La compañía, que ofrece a administraciones públicas, entidades financieras, agencias de viajes, empresas energéticas, de seguros, telecomunicaciones o de transportes, principalmente, el uso de mensajes cortos de manera profesional para que puedan implementarlo en sus procesos de negocio y comunicación. Lleida.net, que invierte el

40% de su facturación en investigación y desarrollo, ha lanzado al mercado nuevos productos «encaminados a la gestión de cobros, es decir, a la gestión de morosidad», indica Sapena. Además, de dar servicio de tráfico a operadores nacionales e internacionales. En este sentido, la compañía da servicio al 90% de los operadores virtuales en España.

La compañía, que logró un volumen de ingresos de 4,2 millones de euros en 2008, espera haber alcanzado en el pasado ejercicio un crecimiento superior al 10%, hasta facturar 5 millones de euros. ■