



Grandes cuentas, integradores y Europa, focos de Spamina en 2009

Prevé ampliar su oferta con soluciones de almacenamiento de e-mail, encriptación y reglas de buen uso.

3 Febrero, 2009

Con denominación "made in Spain", a finales de 2005 nació Spamina con una clara vocación de proveedor de soluciones antispam. Desde entonces hasta la fecha, la firma de [seguridad](#) con oficinas en [Barcelona](#), Madrid, Gerona y Buenos Aires (Argentina) ha evolucionado hacia una propuesta completa que se materializa en su oferta de firewall de correo electrónico. "Ahora somos capaces de gestionar todo el e-mail de una organización, no sólo con el módulo antispam sino con una herramienta que permite administrar, gestionar y securizar todo el correo", explica Andreu Gil, consejero delegado de la firma. Esta extensión de su oferta ha supuesto también para la compañía una apertura en el rango de clientes al que se dirige, pasando de un foco centrado en el mercado doméstico y de la micropyme, a una estrategia que tiene en su punto de mira las medianas y [grandes corporaciones](#) – desde 100 a 10.000 cuentas de correo–. En estos momentos, de los 3.000 clientes que Spamina posee en nuestro país, la gran cuenta –por su reciente, e incluso incipiente, incursión en este nicho– canalizaría tan sólo un 5%, mientras que entre un 60% y un 70% se correspondería con pequeñas [empresas](#), quedando el resto al albur de las medianas.

En este contexto, partiendo de una estrategia que se centra única y exclusivamente en la [seguridad](#) para el correo electrónico, la firma no descarta una ampliación de su road map hacia soluciones de almacenamiento de e-mail, encriptación y reglas de buen uso, que irán cristalizando a lo largo de 2009.

"En cualquier caso, somos la única compañía española que puede aportar una solución de firewall de correo electrónico bajo dos modalidades, y siempre 100% vía canal: como un servicio externalizado de la gestión del e-mail a través de nuestro data center –esto es, [software](#) as a service, concepto en el que llevamos trabajando ya tres años, y que permite, entre otras cosas, optimizar el ancho de banda de las [comunicaciones](#) del cliente– o como distribución de licencias en un appliance", matiza el directivo. Y en este último punto, en lugar de contar con equipos propios, Spamina mantiene acuerdos con distintos proveedores de [hardware](#), como HP, IBM o Sun, y de virtualización, como VMware, "pudiendo montar nuestra aplicación sobre cualquiera de estas cuatro [infraestructuras](#) en función de los requerimientos del cliente". Eso sí, Gil destaca por encima del resto la demanda en virtualización, sobre todo por parte de grandes compañías. A estas alianzas el directivo no descarta incorporar alguna nueva marca, posiblemente Dell. En cualquier caso, respecto a cómo se estructura el negocio de Spamina en función de ambas modalidades, el directivo habla de un reparto al 60-40 a favor del área de [software](#) como servicio, con la previsión de un mayor incremento en esta propuesta.

Como principales hitos de 2008 –que se ha saldado, según el directivo, con el triple de la facturación respecto al año anterior–, Gil destaca la selección de Spamina por

parte de la entidad pública empresarial red.es como proveedor homologado de soluciones de [seguridad](#) perimetral desde enero de 2009, junto a una gran multinacional norteamericana. "Para nosotros esta decisión supone una validación y un reconocimiento importante, pues al principio competíamos con cerca de 18 compañías, todas ellas multinacionales. Además, el hecho de que red.es nos haya seleccionado como finalistas implica la posibilidad de abrirnos al segmento científico español".

Asimismo, 2008 ha sido también el año del despegue internacional de Spamina por Sudamérica, llegando a acuerdos significativos con compañías en México y Chile. "El siguiente paso es Europa". Reto que previsiblemente se asumirá de cara al segundo trimestre de este año".

En estos momentos, los mayoristas globales de Spamina son Diode –el más reciente–, Ingram Micro y [Satinfo](#); manteniendo además acuerdos locales con Compuspain e Infortisa. "Con Diode la idea es entrar conjuntamente en el canal de grandes integradores. El objetivo es que en cada zona de España un mínimo de cinco de estas figuras esté apostando por nuestra solución", concluye.