

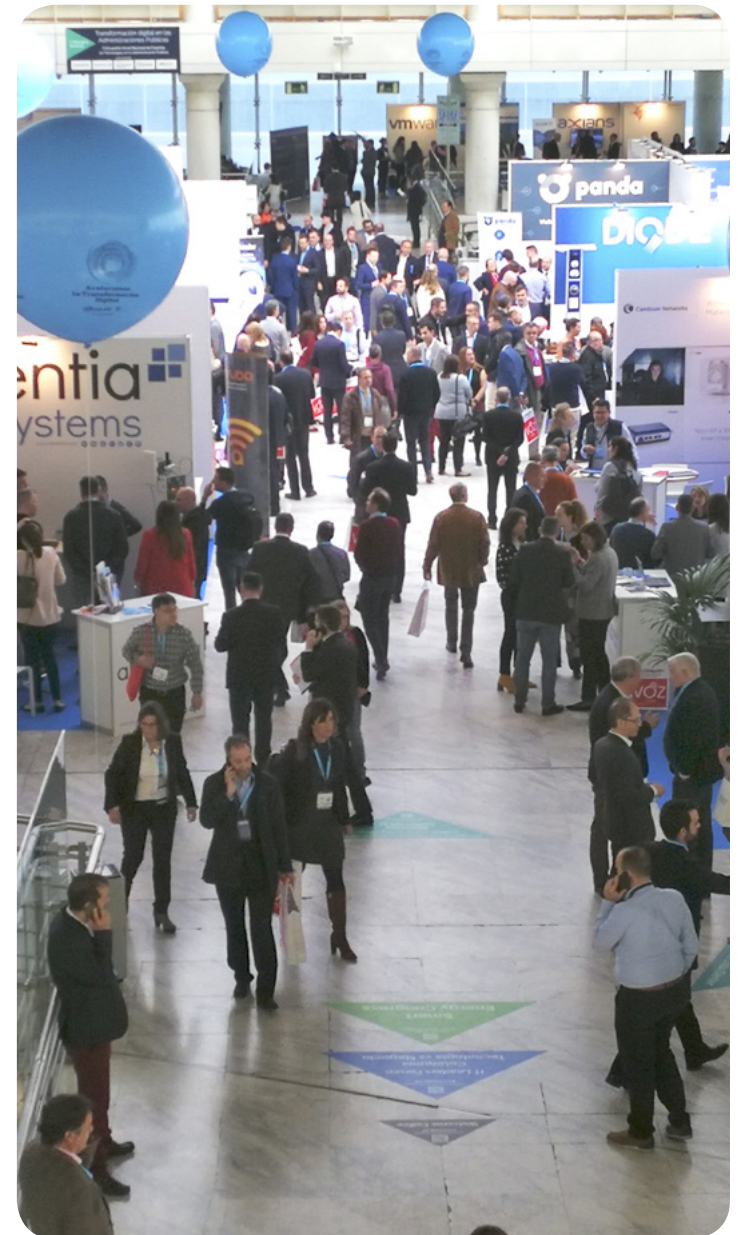
# El Congreso ASLAN cierra con récord de participación

Más de un centenar de expositores y 150 ponentes, junto con el récord de asistencia, que creció un 12 % hasta superar los 7.200 asistentes, señalaron los principales números de la vigésimo sexta edición del Congreso ASLAN. Unas cifras que consolidan la tendencia de crecimiento que ha mantenido en el último lustro. La asociación @aslan ya ha anunciado las fechas de la próxima edición, que tendrá lugar los días 11 y 12 de marzo de 2020.

Mariles de Pedro

Tras 26 ediciones transcurridas, el canal sigue siendo un pilar del congreso pero las empresas relacionadas con el dato, su protección y recuperación, siguen siendo su puntal. Mast Storage es ejemplo de ello. Loreto Lojo, *sales manager* de la marca, recuerda que la ciberseguridad, la protección y la gestión del dato

son las principales preocupaciones de los CIO y CTO, y foco de debate de los principales actores del sector TIC. "La amenaza es global y su evolución es imparable. Por ello la innovación tecnológica en torno a la protección de los datos, las estrategias de externalización del *backup* y las herramientas para hacer frente a



los ataques de *ransomware* tienen especial sentido en un encuentro como este". Analizando la evolución del congreso, y a pesar de que parecía que era un formato que había quedado obsoleto,

se "ha demostrado que sigue siendo necesaria la transmisión de tecnología", reconoce. "El congreso se está consolidando como el principal encuentro tecnológico que reúne a los profesionales del sector en España". En el área de la mejora, Lojo recomienda que, si el número de expositores sigue creciendo, "quizás estaría bien una mejor segmentación del espacio por temática para que el asistente pueda encontrar lo que busca fácilmente".

El hecho de que en los últimos años hayan sido tres las marcas de software de seguridad que se han incorporado a la asociación @aslan, señala su peso creciente.

Eset, además, forma parte de la Junta Directiva. Carlos Tortosa, responsable de canal y grandes cuentas del fabricante, reconoce el potencial que tiene la asociación como "ente que aglu-

lberia, explica que la propia evolución de las ciberamenazas incide directamente en el interés que tiene este sector dentro del Congreso Aslan. "La velocidad y la sofisticación de los ataques

ha hecho que muchas industrias y, en especial, la tecnológica tenga la mirada puesta en cómo se desarrollan los avances en ciberseguridad año tras año, ya que depende de esta seguridad la propia evolución del sector". Maté recuerda que Sophos sigue apostando por herramientas potentes, "pero al mismo tiempo sencillas de implementar y ejecutar". La plataforma *cloud*,

Sophos Central, "permite gestionar de forma unificada todas las soluciones de seguridad, lo que permite tener un control absoluto de todo el entorno de la red, al mismo tiempo que potenciamos la seguridad sincronizada". De cara al congreso, Maté reconoce que es fundamen-



ta a una gran parte del mercado tecnológico en nuestro país". En relación a la edición de este año, la marca aprovechó para presentar sus acuerdos con el mayorista Zaltor y con Aire Networks, la operadora de telecomunicaciones. Ricardo Maté, director general de Sophos en

tal estar en contacto con los fabricantes, integradores, organismos públicos y empresas de todo tipo que acuden al evento para “darles a conocer nuestro modelo de negocio y nuestros avances en ciberseguridad”.

### Redes

Las redes han formado parte del congreso desde su fundación. Y precisamente el creciente interés que hay en el mercado por todas las tecnologías de red y su importancia dentro de la digitalización de las empresas es, a juicio de Lidia García, directora de marketing del sur de EMEA de Extreme Networks, uno de los motivos que explican la trayectoria creciente en el último lustro. “El cambio de formato, con más variedad de contenidos, las conferencias, los “corners” y los casos de

éxito, aportan más valor al visitante”, completa. La responsable de marketing hace un balance positivo de esta edición, “con contenidos más interesantes y un formato más enfocado a lo que el cliente final demanda”. El punto de mejora es intensificar el trabajo para “atraer al usuario corporativo que, al final, es el que aporta valor a la feria y a las empresas que acudimos a la misma”.

Javier Gómez, regional director Iberia & Medi-

terranean de Cambium Networks, también incide en que las comunicaciones son la base de todo. “La clave de la transformación digital de servicio se basa únicamente en comunicaciones apropiadas. Sin ellas no es viable crecer en todos los servicios que el mercado demanda. La solidez de las nuevas soluciones y la garantía en la calidad del servicio la hacen posible. A partir de ahí, solo queda crecer en oferta y servicio, utilizando esa base, cada vez más sólida”, argu-

menta. Gómez asegura que el congreso agrupa la tecnología que va a mantener este sector en lo más arriba, durante los próximos años. “El sector está ávido y la oportunidad es enorme”.

También hacen un balance muy positivo desde HPE. Ana Fernández, *sales manager* del fabricante, señala que el congreso fue capaz de reunir



a todo el sector de la tecnología de modo que “un cliente puede, en un único foro, escuchar lo que fabricantes y proveedores de servicios pueden ofrecer”.

Salicru es otro de los fabricantes que han permanecido fieles a la cita. Albert Carrera, director de marketing, cree que el congreso ha sabido “combinar de una forma muy efectiva la faceta divulgativa de nuevos conocimientos con la faceta de exposición de las soluciones tecnológicas”. En lo que se refiere a la edición de 2019, el balance se torna positivo. “Nos ha permitido conocer las últimas estrategias, tendencias e innovaciones tecnológicas de la nueva era digital, especialmente en el ámbito de la seguridad y la gestión de datos”.

### **Smart Energy Congress**

Como es tradicional, ASLAN compartía espacio con *Smart Energy Congress*. Schneider Electric es uno de los fijos. Helena Giménez-Salinas, *field marketing iberian manager* IT división, asegura



que en los últimos años se ha podido constatar el crecimiento del evento tanto en público como en expositores. “La calidad y nivel de las ponencias han estado acordes a las tendencias y el auge del sector”. Sin embargo, asegura que

a nivel organizativo hay un amplio margen de mejora, fundamentalmente en la preparación y selección de los espacios. A su juicio, los *speaker corners* se ubicaron en rincones sin apenas trascendencia y con un limitadísimo espacio y aforo

y sin medios audiovisuales apropiados. Tampoco las salas de conferencia cumplieron. “No han estado preparadas para alojar un evento de este nivel (proyectores de mala calidad, personal de megafonía ausente durante las conferencias, control de iluminación deficiente e inexistencia de megafonía adecuada durante el evento). También hubo fallos en la organización de los niveles de acceso, en función

del tipo de pase. “La organización no debería ser tan opaca con esta información”, resalta. En definitiva, la relación “entre el espacio dedicado y los servicios prestados no justifica el precio del patrocinio”.