

SONDA

EL MUNDO DE LA CIBERSEGURIDAD

ENTREVISTA EXCLUSIVA A ANDRÉS FARRO,
GERENTE CIBERSEGURIDAD CONO SUR SONDA

NOTICIAS DEL MES



GERENTE DE TCL MENCIONA LAS CARACTERÍSTICAS DE LA NUEVA TABLET CON TECNOLOGÍA NXTPAPER 11

TCL es una compañía global de multategoría que nació hace 40 años haciendo paneles de televisores y de imagen. Son líderes a nivel mundial y siempre están buscando por hacer evolucionar tecnológicamente sus productos. Hoy en día, están trabajando fuertemente en las Tablet, que siempre ha sido un producto híbrido. **Maximiliano Vergara**, gerente de Nuevos Negocios Mobile de la marca, detalla el nuevo producto: **Nxtpaper 11**.



FRANCISCA DONOSO: “ESTAMOS EDUCANDO SOBRE LAS POSIBILIDADES QUE HAY EN REUTILIZAR”

El **Consorcio Santa Marta**, ubicado en la parte sur de la Región Metropolitana, trabaja fuertemente sobre el manejo de los residuos y en su reutilización. Además, gestionan los desechos del 30% de los habitantes de esta zona y eso exige un enorme desafío que tiene que ver con la optimización de procesos. **Francisca Donoso**, jefa de Asuntos Corporativos del Consorcio, explica el funcionamiento.



CEO DE CRYPTOMARKET FUE INVITADA AL RECIENTE NORTHERN IRELAND INVESTMENT SUMMIT 2023

La doctora en Administración de Empresas y abogada, **María Fernanda Juppet**, CEO de Cryptomarket, fue la única latinoamericana invitada al **Northern Ireland Investment Summit 2023**, un selecto evento que convocó a más de 120 inversionistas y personalidades del mundo de los negocios alrededor del mundo con la finalidad de atraer inversión y generar lazos comerciales con Irlanda del Norte.



NACIÓN TECH, EL NUEVO PROGRAMA SOBRE INDUSTRIA TECNOLÓGICA CONDUCTO POR ALEJANDRO ALALUF

En **TXS Plus** la familia tecnológica crece. Porque a contar de este miércoles, el programa **Nación Tech**, conducido por el periodista **Alejandro Alaluf**, llega para referirse a la industria tecnológica, a la tecnología de consumo y a todas las distintas variantes que tiene esta apasionante industria innovadora, la cual tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas.



EL CLUB DE LA FELICIDAD DEBUTA CON TEMÁTICA SOBRE PROPÓSITO DE PERSONAS Y ORGANIZACIONES

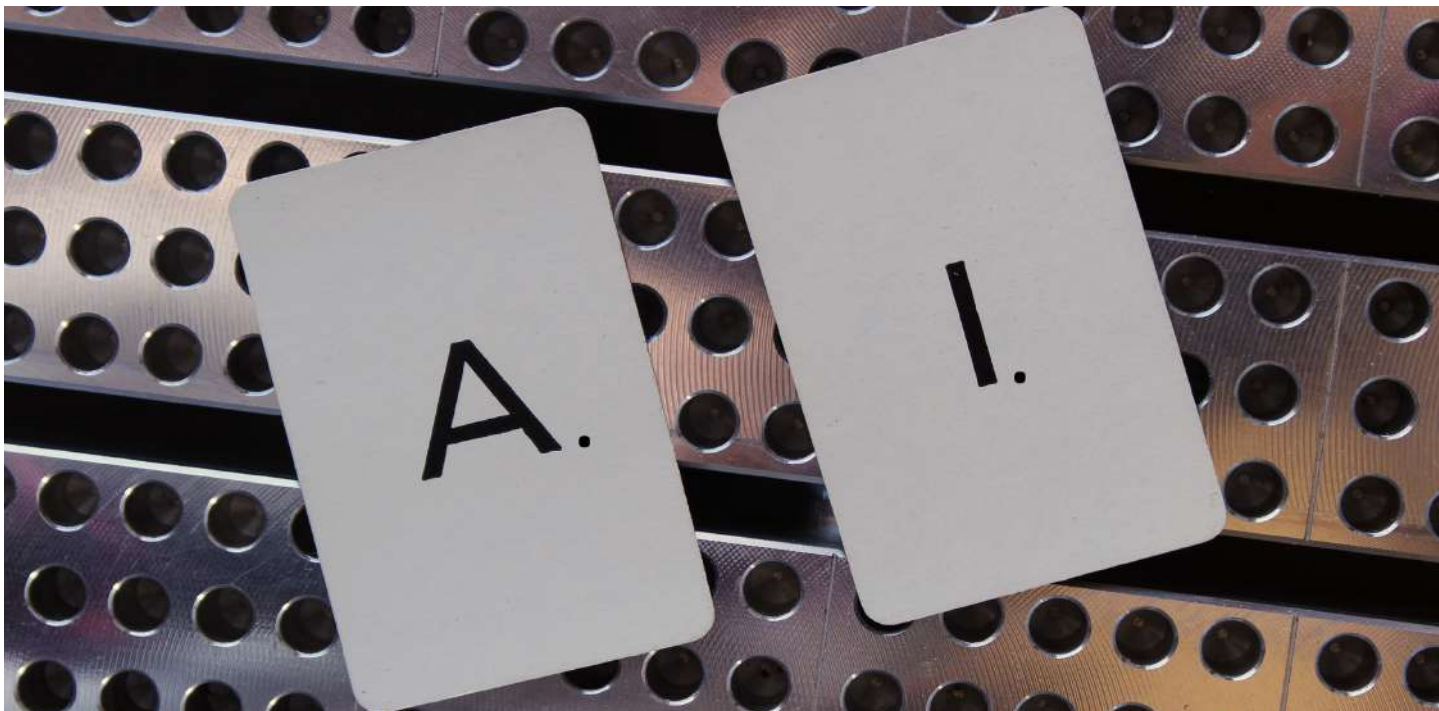
Un nuevo programa se podrá escuchar todos los viernes a las 11:30 horas a través de **TXS Plus**. Se trata de **El Club de la Felicidad**, conducido por **Roberto Puentes**, espacio donde la temática principal será en cómo el ecosistema digital empodera a los colaboradores, para que así las organizaciones tomen el control de su propio bienestar y felicidad.



CATALINA FLORES DESARROLLA TELESCOPIO ESPACIAL CON LA NASA Y RECIBE IMPORTANTE GALARDÓN

El nuevo programa **Spacely** de **TXS Plus**, conducido por **Pablo Dueñas** y **Cristian Gallegos**, es un espacio de conversación sobre tendencias del sector espacial. Allí, la dupla cuenta historias sobre economía del espacio, pero también entrevistan a diversos protagonistas que destacan en el ámbito científico. Y para partir, **Catalina Flores**, licenciada en astrofísica de la **Universidad Andrés Bello**, quien se refiere a su trabajo en la búsqueda de exoplanetas.

OPINIÓN DE IBM CHILE: LOS CUATRO PRINCIPIOS NECESARIOS PARA LIDERAR LA REVOLUCIÓN DE IA



Si se recuerda 2023 como el año en que la IA se popularizó en el mercado de consumo, es seguro apostar que 2024 será el año en que las empresas la sigan en masa. Pero para los ejecutivos que aspiran no simplemente a seguir, sino a liderar verdaderamente esta revolución venidera, hay ciertos principios que deben tener en cuenta. **Ignacio Chanes**, CTO de **IBM Chile** entrega su opinión.

En primer lugar, las empresas deben ser creadoras de valor de la IA. Hay tres modos distintos de consumo de IA generativa: el primero es comprar software que tenga IA generativa integrada, el segundo es consultar modelos de terceros a través de llamadas API y el tercero es crear (y luego

consultar) modelos fundacionales propios que aprovechan datos públicos y privados.

Hoy en día, la mayoría de las empresas se centran en los dos primeros patrones de adopción, ya que representan el camino más fácil para experimentar y descubrir casos de uso valiosos. Pero si bien está bien que los consumidores se suban a la ola como usuarios de IA que no tienen que prestar atención a su funcionamiento interno, las empresas con visión a futuro simplemente no pueden darse ese lujo. **Tienen información patentada, propiedad intelectual y secretos comerciales que proteger, y requisitos éticos, legales y de reputación que respetar.**

Cualquier empresa que quiera

aprovechar al máximo la IA debería participar en toda la oportunidad de creación de valor que ofrecen los modelos básicos en lugar de subcontratar su capacidad, su estrategia y, lo más importante, sus datos a terceros. Los modelos básicos son, en esencia, una nueva representación de datos.

Esta nueva representación tiene el poder de revelar información valiosa sobre los datos. Históricamente, la invención de cada nueva representación de datos ha demostrado ser fundamental para el avance de la ciencia y la tecnología y la creación de nuevos negocios. Esto no es diferente.

Las empresas deben considerar cuidadosamente la ventaja competitiva que podrían estar concediendo al

entregar sus datos para codificarlos en un modelo básico que no es el suyo, y el valor de los conocimientos contenidos en sus datos. Una empresa que es capaz de crear sus propios modelos de IA (y recuerde, no todos tienen por qué ser enormes) es una empresa que controla su propio destino.

No solo pueden entrenar, ajustar y gobernar su propia IA para aprovechar al máximo estas tecnologías en evolución de manera constante; como creadores de valor, tienen propiedad real sobre la protección, el control, la innovación y la monetización de lo que se convertirá en uno de sus recursos más importantes. Activos preciados: modelos fundacionales empresariales que codifican sus datos más valiosos.

La tarea de crear un modelo fundacional dirigido a una empresa puede parecer desalentadora, pero no lo es. Por eso en IBM creamos watsonx, para capacitar a las empresas para que se conviertan en creadoras de valor, sean dueñas de la fuente de su ventaja competitiva y controlen su destino.

LA COMUNIDAD

En segundo lugar, los líderes empresariales deberían apostar por la comunidad. Ya es evidente que, dondequiera que vaya la IA en los próximos años, un modelo cerrado no los dominará a todos. Esta revolución será impulsada por la energía y el ingenio de toda la comunidad de IA, una comunidad decididamente abierta.

Al integrar una combinación de los mejores modelos de código abierto, modelos privados y, en última instancia, sus propios modelos creados, las empresas pueden estar en condiciones de aprovechar al máximo esa comunidad.

Eso es exactamente lo que estamos haciendo en IBM al asociarnos con Hugging Face, un pilar del ecosistema de código abierto con más de 250.000 modelos de IA compartidos en sus plataformas hasta la fecha. Al unir Hugging Face con nuestra plataforma de IA empresarial, watsonx, estamos creando un futuro para la IA que se basa en la creatividad y la diversidad de una amplia comunidad para permanecer abierta, vibrante e infinitamente personalizable.

Tomemos, por ejemplo, las ciencias del clima y la Tierra. Esta área de los negocios y la ciencia sigue llena de obstáculos, concretamente el acceso a la información más reciente y la capacidad de analizar esos datos de manera rápida y eficiente debido a su gran tamaño. La NASA estima que sólo 250.000 terabytes de nuevos datos estarán disponibles en línea para 2024. ¿Cómo solucionamos esto?

La respuesta de IBM recientemente fue abrir el código fuente de nuestro modelo fundacional de IA geoespacial watsonx.ai, creado con datos satelitales de la NASA, en Hugging Face. Al poner este modelo (ahora el modelo de base geoespacial más grande en Hugging Face y el primer modelo fundacional de IA de código abierto construido con la NASA) directamente en manos de la comunidad de IA, podemos utilizar el poder transformador de la colaboración para mejorar la forma en que protegemos nuestro planeta y sus recursos.

IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS

En tercer lugar, las empresas deben garantizar que su IA pueda funcionar en todas partes y de manera eficiente. Al construir con tecnologías de nube híbridas y abiertas, las empresas pueden optimizar el costo, el rendimiento y la latencia. En IBM, estamos facilitando a las empresas la gestión de sus datos más valiosos y el entrenamiento, ajuste e implementación de modelos de IA sin problemas entre nubes públicas y privadas y en sus propias instalaciones.

El futuro de estas tecnologías depende de opciones ágiles, rentables y energéticamente eficientes para empresas de todos los tamaños, y las empresas que tendrán éxito serán aquellas que se preparen para prosperar en cualquier entorno. Por último, aunque los líderes empresariales actúan con urgencia, también deben actuar con responsabilidad.

No hay duda de que en IBM hemos llegado a un punto de inflexión para la IA, y el instinto de los ejecutivos de actuar con valentía es bueno. Nadie quiere quedarse atrás ante el avance de estas tecnologías y, francamente, nadie puede permitirse el lujo de dejar pasar este momento.

Pero a los ojos de los clientes, inversores, empleados y pares de cada empresa, se necesita una licencia para operar esta nueva e interesante maquinaria: esa licencia es la confianza. A menos que cada uno de nosotros incorpore una gobernanza responsable en el centro de nuestro uso de la IA, sus nuevos riesgos con el tiempo ahogarán sus extraordinarios beneficios.

Este momento, incluso más que la mayoría, exige un liderazgo confiable por parte del sector privado, y a su vez recompensará ese liderazgo confiable. La buena IA es una IA gobernada, y para aquellos que esperan liderar la carga, inculcar este principio en todo lo que hacen contribuirá en gran medida a consolidar su posición al frente del grupo.



KENJI TSUKAME: “EL ECOSISTEMA DE PRODUCTOS DE XIAOMI ES SUMAMENTE AMBICIOSO”

Xiaomi es mucho más que simplemente teléfonos. La compañía china tiene un amplio ecosistema de productos, pero además posee un peso de marca muy distinto a las otras empresas asiáticas presentes en nuestro país. **Kenji Tsukame**, encargado de venta para Chile explica el exitoso presente de la firma.

En conversación con **Nación Tech**, espacio conducido por el periodista **Alejandro Alaluf**, Tsukame comenta que una de las visiones principales que tuvo el fundador de Xiaomi fue acercar la tecnología a las personas. “Por eso, para poder entregar el mejor equilibrio de producto por costo, el fundador conversaba con la gente y con las comunidades de personas que buscaban un dispositivo al alcance”, explica el encargado de la marca.

El ejecutivo comenta que gracias a eso se lograron desarrollar los primeros dispositivos que cumplían con todas las expectativas fundamentales del usuario, pero a un valor sumamente accesible. **“Eso permitió que la marca se diera a conocer y se fue forjando un gran reconocimiento de parte de la propia comunidad. Se creó una muy buena imagen de marca, buen producto, no tan común, pero de excelente calidad de fabricación”**, señala Kenji Tsukame.

Xiaomi llegó a Chile a comienzos de 2019. Pero en nuestro país el camino lo abrió la otra marca asiática de telefonía móvil, Huawei, ya que ayudó mucho al prestigio por los productos chinos. Pese a que todavía existe un prejuicio por la calidad, un especialista en tecnología ya sabe que los dispositivos tienen calidad y durabilidad.

GAMA DE PRODUCTOS

Kenji Tsukame cuenta que la primera tienda de Xiaomi la abrieron en 2019 en el mall Apumanque. Hoy en día, la fir-

“ HA SIDO DEFINITIVAMENTE BUENÍSIMO, PORQUE UNA DE LAS COSAS MÁS CARACTERÍSTICAS DE NUESTRA MARCA ES QUE NO ESTAMOS EN NINGÚN SEGMENTO ESPECÍFICO. PERO TAMBIÉN EN DISTINTAS ÁREAS. POR EJEMPLO, VAS A ELECTRODOMÉSTICOS, MOVILIDAD URBANA, WEARABLES, COCINA, ASEO, DISPOSITIVOS PARA TU AUTO Y CELULARES, LÓGICAMENTE”.

KENJI TSUKAME, ENCARGADO DE XIAOMI PARA CHILE.

ma china cuenta con 18 sucursales a lo largo de todo Chile. La firma tiene como visión abrir locales en puntos muy estratégicos de la ciudad, como en barrios, suburbios y centros comerciales, para acercar justamente la marca a los consumidores.

Otra de las cosas que destaca a Xiaomi tiene que ver con la prestación de un equipo. Según señala el ejecutivo, siendo un dispositivo, un smartphone o un smartwatch, el precio de los productos ha fomentado un poco el éxito de la marca. **“Xiaomi es una marca de tecnología que difícilmente se pueda equiparar con otra, ya que el portafolio de productos, que va desde dispositivos móviles a tecnología de consumo más estacionaria, es esencial”**, sostiene.

“Tenemos monitores, televisores y línea blanca, pasando incluso por robótica y electromovilidad. Entonces, el ecosistema de productos de Xiaomi es sumamente ambicioso y realmente se puede hablar de un ecosistema real en términos domésticos. Xiaomi tiene muchísimos más productos que pueden conversar entre sí. Por ejemplo, a nivel internacional, trabajamos con alrededor de 2000 tipos de productos, pero en Chile sólo tenemos cerca de 300”, recalca Kenji Tsukame.

DIRECCIÓN DE LA UNAM Y TXS SE UNEN PARA TRABAJAR EN LA DIVULGACIÓN DE LA CIENCIA

Una gran alianza comunicacional y de difusión científica establecieron la Dirección de Divulgación de la Ciencia de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), y TXS Plus. El pacto comenzará con la transmisión de una serie/documental mexicana llamada "Naturaleza". Milagros Varguez, directora del programa, se refiere a este hecho.

Varguez es doctora en Estudios Humanísticos, con especialidad en Ciencia y Cultura, del Tecnológico de Monterrey. Además, se ha interesado en la percepción pública sobre la ciencia. En conversación con Gabriel León, del programa Rockstars, la doctora habla además de cómo trabajan en México sobre la divulgación de las temáticas científicas.

“ESTAMOS SÚPER CONTENTOS DE HACER ESTA ALIANZA CON USTEDES, YA QUE SIEMPRE ES UN DESEO FORTALECER LA COMUNICACIÓN DE LA CIENCIA, NO SÓLO EN MÉXICO, SINO QUE EN TODA AMÉRICA LATINA. LA SERIE TRATA DE PEQUEÑOS CORTOS DONDE CONOCERÁN LAS MARAVILLAS NATURALES DE NUESTRO PAÍS. EL TRABAJO HA SIDO GALARDONADO INTERNACIONALMENTE Y TIENE QUE VER CON LA CONCIENCIA Y REFLEXIÓN SOBRE EL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE”.

MILAGROS VARGUEZ, DIRECTORA DE DIVULGACIÓN DE LA UNAM.

La doctora de la UNAM indica que hacer divulgación científica es complicado debido principalmente al financiamiento y los recursos. “Por lo tanto, es un reto importante en la concientización de nuestros políticos y de nuestros jefes. Afortunadamente en México sí hay más de apertura, pero también hay algunos espacios que se han ido cerrando. Por los mismo, estas alianzas nos permiten coproducciones para unir esfuerzos y crear nuevos productos”, destaca.

Realidad de la UNAM

Hace 25 años, en México, existe la revista ¿Cómo ves?, dedicada a la divulgación de la ciencia, producto hecho por la Universidad Nacional Autónoma de México. La idea es participar en el quehacer científico por medio de mostrar su importancia en la vida social, acercar al público a temas de interés y crear una cultura científica más enriquecedora.

“Es uno de nuestros productos de comunicación más importantes. No tenemos grandes escritores, pero sí grandes divulgadores. Hace poco hicimos una renovación de contenidos y en noviembre vamos a presentar la revista digital, así que si alguien de Chile está interesado puede suscribirse. Ahora, podremos acceder a otras regiones y a otros públicos, para seguir haciendo divulgación de la ciencia”, sostiene Milagros Varguez directora de la UNAM.

Sobre la motivación para dedicarse a esta temática, la doctora de divulgación explica que México es un pueblo muy rico culturalmente. “Somos uno de los países con mayor número de museos y tenemos una historia prehispánica importante. Por ejemplo, pronto se viene un eclipse y nuestros antiguos mayas predijeron una gran cantidad de fenómenos astronómicos, por lo tanto, todo eso nos marcó en la parte científica, desde nuestros pueblos originarios”, indica.

Por otra parte, Milagros Varguez destaca que no sólo la UNAM es pionera en la comunicación de la ciencia. Por ejemplo, en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), de Guadalajara, hay una maestría y diplomados en ciencia. Lo mismo en el TEC de Monterrey y en la Universidad de Veracruz. “Hay una fuerza universitaria que promueve la divulgación de la ciencia y el conocimiento científico. No puede quedar todo en papers o dentro de las instituciones. La información debe salir y eso es responsabilidad de los directivos, del Estado y de la gestión académica”, ejemplifica.

ENTREVISTA ANDRÉS FARRO, GERENTE CIBERSEGURIDAD CONO SUR SONDA

En esta entrevista, ahondaremos en el mundo de la ciberseguridad a través de la experiencia y conocimiento de Andrés Farro, quien ocupa el cargo de Gerente de Ciberseguridad en SONDA para el Cono Sur. La ciberseguridad se ha vuelto un aspecto crítico en la era digital, y en esta conversación, Andrés nos brindará una perspectiva detallada de la importancia de salvaguardar la información en un entorno en constante cambio. Desde el crecimiento de los delitos cibernéticos hasta las tendencias y soluciones emergentes, esta entrevista proporciona claridad sobre el panorama actual de la ciberseguridad.

¿NOS PUEDES PROPORCIONAR UNA VISIÓN GENERAL DE SONDA EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD?

En SONDA entendemos que la ciberseguridad es una necesidad, es un tema que debería estar en la agenda de organizaciones de todos los tamaños y donde las inversiones en ciberseguridad deberían analizarse en términos de las pérdidas que se pueden evitar en lugar de considerar el cálculo de retorno financiero tradicional. Organizaciones de todas las industrias se apoyan cada vez más en la tecnología para sus procesos de negocio, sin embargo esta transformación digital no siempre se da acompañada de un proceso adecuado de gestión de riesgos de ciberseguridad.

¿SE PODRÍA ASUMIR QUE CON ESTE AUMENTO EN EL USO DE TECNOLOGÍAS DE PARTE DE LAS EMPRESAS, LA CANTIDAD DE CIBERDELINCUENTES TAMBIÉN CRECIÓ?

Sin dudas, los delitos informáticos crecen año tras año y muchos ciberdelinquentes se encuentran asociados a organizaciones que se dedican a brindar Servicios, generalmente a través de la Deep y Dark web, ofreciendo por ejemplo ataques dirigidos a una organización.

Existe también disponible una gran repositorio de información sobre credenciales comprometidas de distintas empresas y métodos de acceso remoto a estas organizaciones

explotando alguna vulnerabilidad en su infraestructura.

Existen estadísticas a nivel mundial que muestran que el compromiso de una organización de parte de un atacante puede pasar inadvertido por periodos de entre 18 y 24 meses, antes de ser detectado. Durante este tiempo, el atacante puede contar con credenciales válidas de la organización, y puede no ser detectado por las soluciones de seguridad implementadas, logrando exfiltrar datos, modificar información y/o generar indisponibilidades sobre determinados servicios.

Este tipo de acciones finaliza comúnmente con la ejecución de un ransomware, lo que hace visible el ataque para la organización, y donde se solicita una recompensa para poder acceder a la información que haya sido encriptada como consecuencia del ataque.

En este sentido, es importante que las organizaciones estén al tanto de los riesgos que asumen cuando no hacen inversiones en ciberseguridad. Muchas veces las organizaciones dependen de herramientas/soluciones tradicionales que no han evolucionado al ritmo al que lo han hecho los ciberdelinquentes y no son capaces de detectar diversos tipos de amenazas.

El bajo nivel de conciencia sobre las amenazas existentes y el desconocimiento o incapacidad de gestionar las vulnera-

bilidades de la organización, hacen que los equipos internos de TI trasladen una falsa sensación de seguridad a los tomadores de decisión de las organizaciones. Esto los lleva a asumir que tienen riesgos controlados cuando en realidad no es así.

¿EN QUÉ ÁREA DE LA CIBERSEGURIDAD PIENSAS QUE HAY MAYOR DESINFORMACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES?

Creo que no mencionaría un área específica sino lo que comentaba recién sobre la falta de concientización en relación con los riesgos que se están asumiendo y la importancia que tiene mejorar la postura de ciberseguridad a través de incorporación de procesos, capacitaciones internas, mejoras a nivel de infraestructura, uso de tecnologías avanzadas e incorporación de Servicios especializados de ciberseguridad.

Existen distintos frameworks que detallan los aspectos a considerar. En resumen, toda organización necesita ser capaz de identificar los activos que tiene, conocer cuál es todo su ecosistema de tecnología, para saber qué es lo que tiene que defender.

También tiene que ser capaz de protegerse, considerando

tecnología que ayude a proteger estos activos. Hay que ser capaz de detectar cuando puede ser que la organización este comprometida, para ser capaz de responder a este tipo de amenazas.

Es importante tener un equipo propio o contratado que conozca tu infraestructura, diseño de tu red y contar con herramientas de defensa para poder responder de la mejor forma.

Finalmente, también es importante tener la capacidad de recuperarse, contar con una estrategia pre armada para que en caso de ser víctima de un ataque, tengas la capacidad de recuperar tu información y procesos de negocio.

¿NOS PUEDES BRINDAR UNA DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS PRINCIPALES SERVICIOS EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD QUE SONDA OFRECE A SUS CLIENTES Y ALGUNO DE SUS ASPECTOS DIFERENCIADORES?

Nuestro porfolio de ciberseguridad lo dividimos en 5 torres de servicios que, a grandes rasgos, son:

- Servicios de gestión de plataformas de ciberseguridad.
- Servicios de detección de amenazas y vulnerabilidades.
- Servicios más avanzados como pueden ser: respuesta a incidentes, automatización de respuesta a incidentes, threat



SPACELY+

GESTIÓN EN ECONOMÍA DEL ESPACIO

¿TU INDUSTRIA EN EL ESPACIO?

Gestionamos tu proyecto espacial desde el diseño hasta el lanzamiento y operación.

GESTIÓN DE PROYECTOS | ASESORÍA ESPECIALIZADA | ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

Democratización del Espacio Ultraterrestre para el desarrollo de la Industria Nacional





hunting, análisis forense, entre otros.

- Servicios de seguridad ofensiva, donde entran temas de Ethical Hacking, Ethical Phishing, simulaciones de ataques, etc.
- Servicios de Consultoría, que tienen que ver con actividades de evaluación de la postura de ciberseguridad de una organización, donde hacemos una revisión de ciertos controles basados en frameworks como CIS y NIST.

Algunos servicios específicos dentro de estas torres incluyen:

- Servicios de gestión de eventos, basados en tecnologías IBM.
- Servicios de gestión de vulnerabilidades.
- Servicios de respuesta a incidentes.
- Servicios de threat hunting, entre otros.

Con respecto a los aspectos diferenciadores, más allá de estos servicios, en cualquier incidente de ciberseguridad una organización necesita contar con un equipo multidisciplinario.

SONDA, como organización multilatinas con 14000 colaboradores en la región, tiene esa capacidad de brindar servicios no solo desde el punto de vista de ciberseguridad, sino que puede brindar los servicios necesarios para soportar la transformación digital de cualquier tipo de organización. Esta capacidad de abarcar diversas tecnologías e industrias, con una gran variedad de soluciones, es lo que nos diferencia de muchos actores de nicho de ciberseguridad.

¿A QUÉ TIPOS DE CLIENTES ESTÁN DIRIGIDOS LOS SERVICIOS DE SONDA?

SONDA trabaja con todas las industrias y nuestra organización está pensada de esa forma, donde contamos verticales asociadas a cada industria:

- Smart cities & mobility, para atender a clientes de transporte, logística, etc.
- Retail y comercio.
- Banca y seguros.
- Utilities.
- Salud.
- Sector público.
- Enterprise application y soluciones de software.

En materia de ciberseguridad, si bien trabajamos con todas las industrias, hay algunas que están más maduras que otras. Por ejemplo, las industrias de banca y seguros y retail muestran una mejor postura frente a otras, mientras que el sector salud está aumentando su concientización en este aspecto.

Con respecto al sector de utilities se introduce el concepto de seguridad OT, que tiene que ver con el aseguramiento de plantas industriales, etc.

Esto abre un nuevo mundo en materia de ciberseguridad, ya que estos ambientes tienen generalmente diversas vulnerabilidades que vienen ligadas al funcionamiento de este tipo de empresas, donde su objetivo principal es mantener la disponibilidad de los servicios, dejando de lado muchas vulnerabilidades que hasta hace unos años eran aceptables, debido a que esos entornos no se conectaban a internet. Ahora, con lo que es la industria 4.0, esto está cambiando y los atacantes ya están generando incidentes importantes

en distintas plantas en distintas partes del mundo.

Tenemos muchos clientes en banca&seguros, retail, mobility y por supuesto en el sector público, el cual viene generando poco a poco mayor conciencia de los riesgos existentes y de la necesidad de inversión en materia de ciberseguridad.

¿QUÉ MEDIDAS TOMAN PARA PODER RESPONDER DE MANERA PROACTIVA A LAS AMENAZAS A LAS QUE ESTÁN EXPUESTAS LAS ORGANIZACIONES?

Primero hay que poner la casa en orden por lo que tenemos servicios específicos para gestionar las vulnerabilidades y servicios que buscan identificar potenciales amenazas.

Las vulnerabilidades son debilidades que tienen las organizaciones en su infraestructura, aplicaciones que utilizan o en la forma en la que gestionan su información. Para eso hay un servicio que lo que hace es analizar las vulnerabilidades que existen y sugerir un plan de acción a los clientes para solucionarlas.

Otros servicios específicos tienen como objetivo, por ejemplo, proteger una determinada marca. Esto se realiza mediante la monitorización de la deep y dark web en busca de posibles amenazas y con servicios conocidos como "threat hunting", donde se asume que los atacantes ya están en el sistema y se realiza una investigación para detectar comportamientos inusuales que puedan indicar la presencia de actividad maliciosa que pueda comprometer la seguridad de una organización.

¿QUÉ TENDENCIAS ANTICIPA SONDA Y CÓMO PLANEA ADAPTARSE A ELLAS?

La inteligencia artificial va a continuar teniendo impactos positivos y negativos a nivel de ciberseguridad, ya que es una de las herramientas que no solo son utilizadas por la industria para mejorar su capacidad de respuesta ante amenazas, sino que también son utilizadas por los atacantes para que sus ataques sean cada vez más inteligentes y puedan pasar de forma no detectada.

Las estrategias de los atacantes van evolucionando, y la tecnología que hasta hace unos años era eficaz para resguardar la seguridad de los endpoints, como los antivirus tradicionales, hoy estamos viendo que ya no son efectivos para detectar ciertas amenazas de los atacantes, por lo que es necesario considerar otras tecnologías llamadas XDR, las cuales no solo detectan eventos sospechosos basados en firmas, sino que utilizan inteligencia artificial para detectar actividad maliciosa.

Estas nuevas tecnologías brindan un marco de acción mayor, permitiendo aislar activos con actividad maliciosa o ejecutar actividades de contención de forma centralizada para ayudar a que la respuesta a incidentes sea más rápida y efectiva.



ACERCA DE ANDRÉS FARRO

ACTUALMENTE ANDRÉS SE DESEMPEÑA COMO GERENTE DE CIBERSEGURIDAD DE SONDA PARA TODO EL CONO SUR. CUENTA CON MÁS DE 15 AÑOS DE EXPERIENCIA LABORAL EN LA INDUSTRIA DE TI.

FORMÓ PARTE DE PROYECTOS DE DESARROLLO, INFRAESTRUCTURA, MIGRACIÓN Y SOPORTA A PRODUCCIÓN TRABAJANDO EN URUGUAY, MÉXICO Y CHILE.

LAS INDUSTRIAS PARA LAS QUE HA TRABAJADO INCLUYEN EMPRESAS DE RETAIL, BANCA, GOBIERNO, SEGUROS, SALUD, OIL&GAS Y FINANCIERAS PARA CLIENTES EN AMÉRICA LATINA, REINO UNIDO, HONG KONG, SINGAPUR Y EEUU.



10 PREGUNTAS A ROBERTO PUENTES

¿QUÉ TE GUSTA MÁS DE TXS?

La buena onda de todos.

¿QUÉ SOÑABAS SER CUANDO NIÑO?

Comerciante o inventor.

SI TUVIERAS EL DELOREAN ¿A DÓNDE VIAJARÍAS?

Al año 2.100 para ver cómo está el planeta y ver cuáles son los cambios que tenemos que hacer hoy para mejorar el futuro.

¿CUÁL ES TU MAYOR MIEDO?

Que el impacto no sea el suficiente.

POR UN DÍA ME GUSTARÍA SER...

Elon Musk

¿CUÁL ES TU CONCIERTO FAVORITO?

Queen en Wembley.

SI PUDIESES VOLVER A UN SOLO MOMENTO DEL PASADO, ¿A CUÁL VOLVERÍAS?

Mi luna de miel en África.

EN MÚSICA, ¿CUÁL ES TU PLACER CULPABLE?

Bailar salsa.

¿CUÁL ES LA MEJOR CANCIÓN DE ROCK DE LA HISTORIA?

Black in Black de AC/DC.

¿CUÁL ES TU LIBRO FAVORITO?

Ufff difícil. Del último tiempo es: "Aquí no Hay Reglas" de Reed Hastings y Erin Meyer.



**TXS BUSINESS REVIEW
SEPTIEMBRE 2023**

www.txsplus.com

 [txsplus](https://www.instagram.com/txsplus)

Diseño por: Rafaela Villane Torres
rafaela.villane@gmail.com