

FROST & SULLIVAN



**Premio Global de Liderazgo en el
Mercado de Productos de Mitigación de
DDoS 2017**

FROST & SULLIVAN

2017

PREMIO
A LAS MEJORES
PRÁCTICAS

PREMIO GLOBAL DE LIDERAZGO EN EL MERCADO
DE PRODUCTOS DE MITIGACIÓN DE DDOS

Índice

<i>Antecedentes y rendimiento de la empresa</i>	3
<i>Retos del sector</i>	3
<i>Liderazgo de mercado de Arbor Networks</i>	4
<i>Conclusión</i>	6
<i>Importancia del liderazgo de mercado</i>	7
<i>Comprensión del liderazgo de mercado</i>	7
<i>Criterios clave de rendimiento</i>	8
<i>Reconocimiento de las mejores prácticas: 10 pasos para investigar, identificar y reconocer las mejores prácticas</i>	9
<i>La intersección entre la investigación de 360º y los premios a las mejores prácticas</i>	10
<i>Metodología de investigación</i>	10
<i>Acercas de Frost & Sullivan</i>	10

Antecedentes y rendimiento de la empresa

Retos del sector

El ataque de denegación de servicio distribuido (DDoS) ha surgido como una de las principales preocupaciones de la era de la transformación digital. La transformación digital describe la tendencia mundial de dispositivos inteligentes, hiperconectividad, big data y analítica que marcan el inicio de grandes beneficios sociales y económicos públicos. Internet de las cosas (IoT) es un aspecto de este nuevo mundo, en donde todo tipo de dispositivos de consumo, sistemas industriales y sistemas de comunicación están interconectados, son interoperables y pueden intercomunicar sin la necesidad de intervención humana. Esta gama de sensores y controladores, combinada con la recopilación de big data y la analítica, tiene un gran potencial de optimizar y automatizar industrias como la agricultura y la fabricación. Para los consumidores, IoT ofrece una mejora de la calidad de vida que, una vez experimentada, se convertirá en la expectativa general en todo el mundo, como lo son los teléfonos inteligentes ahora.

Por desgracia el carácter interdependiente del mundo transformado digitalmente también es una gran vulnerabilidad, una que podría permitir que un puñado de actores malintencionados, naciones/estados, organizaciones criminales e incluso individuos afecten el mundo de maneras profundas.

Agentes de amenazas ya han demostrado que pueden capitalizar la fiebre imprudente de adoptar nuevas tecnologías. En el 2016, atacantes vulneraron dispositivos con IoT no asegurados para lanzar un ataque de DDoS que generó un volumen de ataque devastador de hasta 1.2 terabits por segundo (Tbps). Como resultado, se interrumpió o se redujo durante varias horas el acceso a algunas de las mayores marcas en línea, incluidas Twitter, CNN, The New York Times, Netflix y otras.

Con un riesgo sin precedentes de DDoS y empresas de todos los tamaños preparando sus estrategias de respuesta y defensa, el mercado para los productos de mitigación de DDoS ha crecido precipitadamente en los últimos años. Sin embargo, a medida que los atacantes siguen modificando sus estrategias y perfeccionando sus técnicas, las necesidades y expectativas de los clientes con respecto a las soluciones de mitigación de DDoS también cambian rápidamente.

La tecnología en rápida evolución y el carácter de las tendencias de ataque y las necesidades del cliente son un reto para todos los proveedores de mitigación de DDoS. Los proveedores que puedan entender y adaptarse a estas tendencias cambiantes podrán sobresalir en el mercado. Como resultado, el liderazgo en participación de mercado es una señal de una estrategia exitosa hasta la fecha. Sin embargo, el verdadero liderazgo de mercado se alcanza mediante una comprensión casi profética de las necesidades futuras del cliente y una estrategia sólida de entrega.

Liderazgo de mercado de Arbor Networks

Desde su fundación en el año 2000, Arbor Networks se ha establecido como el líder de mercado definitivo en productos de mitigación de DDoS, como lo confirma el 61 % de su cuota de mercado en el mercado de productos de mitigación DDoS en el 2016. En el 2015, NetScout Systems adquirió a Arbor Networks, que se convirtió en la división de seguridad oficial de NetScout.

El éxito de Arbor Networks es el resultado de una dedicación absoluta a la innovación, la calidad del producto y el valor para el cliente, con una visión a largo plazo para la empresa y el mercado.

Calidad del producto

Los ataques de DDoS son cada vez más frecuentes y difíciles de detectar y mitigar. Los proveedores deben ofrecer una gama de soluciones de alta calidad, que incorporen tecnologías avanzadas para brindar protección completa, precisa y oportuna.

La cartera de mitigación de DDoS de Arbor Networks es diversa y extensa. Las soluciones de Arbor Networks SP proporcionan una detección de ataques escalable y en las instalaciones, que se puede desplegar como software o dispositivo de hardware. La empresa también ofrece Arbor APS para detección en tiempo real de ataques a nivel de aplicaciones, incluidos los ataques sigilosos como Slowloris.

Los dispositivos de Arbor Networks TMS se pueden desplegar en línea para una detección instantánea y mitigación de ataques, que ofrecen hasta 160 Gbps de rendimiento por dispositivo único o agrupado para hacer un centro de depuración con hasta 8 Tbps de ancho de banda exclusiva para la mitigación de ataques. Arbor TMS es la solución de mitigación de DDoS de preferencia de los operadores de redes globales.

Arbor Cloud es un servicio de mitigación de DDoS completamente administrado que promueve una defensa híbrida con mejores prácticas. Incluye un conjunto de dispositivos internos y ofertas virtuales que están conectados a un servicio de depuración a pedido con hasta 4 Tbps de capacidad de mitigación de ataques (y la empresa planea expandirlo a 8 Tbps en el 2017). Mediante la capacidad única de Cloud Signaling de Arbor, cuando los productos de mitigación internos están bajo presión, pueden enviar una señal a la nube para obtener soporte de mitigación. Esta capacidad integrada y automatizada reduce sustancialmente el tiempo para mitigar un ataque de DDoS. Arbor Cloud cuenta con el personal de respuesta ante incidentes experimentado de Arbor y brinda transparencia en todas sus operaciones, desde la mitigación del evento hasta el informe posterior al incidente y análisis del ataque.

Arbor Networks sigue perfeccionando sus capacidades de detección de ataques en toda la cartera. Los productos de Arbor Networks se benefician de la recopilación y el análisis constante de los datos de las amenazas. La empresa cuenta con una diversidad de recursos para reunir inteligencia de amenazas, incluida una enorme base instalada. Cuatrocientos clientes proveedores de servicios comparten información de ataques de sus

implementaciones en el sistema de inteligencia de amenazas ATLAS. Arbor Networks utiliza esta inteligencia para monitorear botnets y campañas de amenazas en Internet. Asimismo, el equipo de investigación de Arbor Networks desarrolla la protección contra amenazas que se propaga automáticamente a sus productos mediante la fuente de inteligencia de ATLAS. Combinados, esta cartera de servicios y productos, inteligencia y características incluidas, les brindan a los clientes una defensa sólida contra las amenazas de DDoS.

Mejorar la excelencia de la estrategia

El mercado de mitigación de DDoS está en constante cambio y es cada vez más competitivo. Como consecuencia, los proveedores deben seguir desarrollando nuevas tecnologías y soluciones para enfrentar las amenazas y los requisitos del cliente más recientes.

Entre las preocupaciones de los clientes se destaca la tendencia de ataques de DDoS cada vez más extensos capaces de sobrecargar hasta a las defensas internas más fortificadas. Los atacantes pueden convertir solo algunos recursos en uno de los mayores ataques volumétricos, como lo demostraron los ataques Mirai. Como resultado, los planes de mitigación de DDoS deben incluir servicios basados en cloud para que se consideren completos.

Arbor Networks ha adoptado completamente esta nueva dinámica de mercado y, en respuesta, desarrolló Arbor Cloud. La empresa está dedicada a la estrategia de Arbor Cloud, como evidencia el plan de expandir la arquitectura de cloud de más de 4 Tbps de capacidad de mitigación de ataques a 8 Tbps en un año. Para lograr esta escalabilidad, Arbor Networks ha expandido su arquitectura de cloud, invirtió en 17 centros de depuración en todo el mundo para una mitigación más eficiente del tráfico de ataques cerca de sus puntos de origen.

Así, el servicio de Arbor Cloud está obteniendo un importante impulso. Desde el lanzamiento, Arbor Cloud cuenta con cientos de clientes y el 90 % de estos utiliza Arbor Cloud como parte de un modelo de protección híbrida.

Enfoque en el valor para el cliente

Los ataques de DDoS son cada vez más frecuentes y difíciles de detectar y mitigar. A medida que las empresas se preparan para invertir en nuevos productos de mitigación de DDoS o expandir implementaciones existentes, también se preocupan por el valor.

Arbor Networks anunció su estrategia de "disponibilidad de protección para todos" para atender estas preocupaciones centradas en el valor. La estrategia se enfoca en modelos de fijación de precios actualizados, flexibilidad de implementación y servicios completamente administrados. Arbor virtualizó su cartera de DDoS completa para respaldar los entornos SDN y NFV del cliente, introdujo dispositivos de bajo costo y nuevas soluciones virtuales con una capacidad inicial de menos de 100 Mb. En la era de los botnets de IoT, Arbor también agregó capacidad de mitigación a sus soluciones, lo que aumentó 4 veces la capacidad interna a un tercio del costo por gig de protección.

Además, la tecnología de mitigación de DDoS de Arbor Networks se puede implementar como una hoja virtual en los enrutadores de agregación Cisco ASR serie 9000 para obtener una capa adicional de protección contra DDoS.

A muchas organizaciones les puede resultar difícil implementar y monitorear las soluciones de mitigación de DDoS, incluidas las empresas con personal limitado de TI o escasa madurez tecnológica. Para ayudar a derribar las barreras de la adopción, Arbor Networks también introdujo Arbor Cloud como un servicio completamente administrado denominado Arbor Managed APS (Arbor mAPS).

Con respecto al precio, Arbor Networks ahora ofrece dispositivos de bajo costo, dispositivos perennes y grupos de licencias virtuales, además de las suscripciones a los servicios de seguridad administrados. Arbor ofrece la cartera de productos y servicios de protección contra DDoS más amplia del sector.

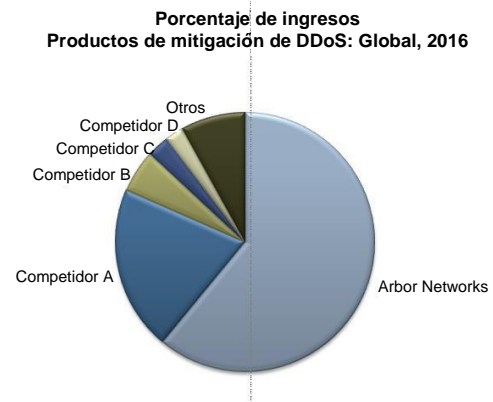
Fuerza de la marca

Durante años, Arbor Networks ha sido sinónimo de soluciones líderes de mitigación y detección de DDoS. Prueba de la calidad y fuerza de la marca, Arbor Networks cuenta con casi todos los principales ISP en su base de clientes. La empresa matriz, NetScout, es un proveedor líder de soluciones de gestión de rendimiento de red y aplicaciones.

Conclusión

Arbor Networks se ha establecido firmemente como el líder del mercado de productos para la mitigación de DDoS mediante la oferta de una cartera robusta e integrada de productos, servicios y recursos. Asimismo, el enfoque de la empresa con respecto al valor para el cliente y una estrategia clara para mitigar futuros ataques indican la resistencia de la empresa como proveedor líder de productos de mitigación de DDoS.

En función de su sólido rendimiento general, Arbor Networks alcanzó un 61 % de cuota de mercado, y Frost & Sullivan le otorga el reconocimiento del Premio de Liderazgo en el Mercado de Productos de Mitigación de DDoS 2017.



Importancia del liderazgo de mercado

En última instancia, en cualquier organización, el crecimiento depende de la compra de los clientes y, luego, de la decisión de volver una y otra vez. Los clientes leales se convierten en defensores de la marca; los defensores de la marca reclutan a nuevos clientes; la empresa crece y, luego, alcanza el liderazgo de mercado. Para alcanzar y mantener el liderazgo de mercado, una organización debe esforzarse por ser la mejor en tres áreas claves: comprensión de la demanda, promoción de la marca y diferenciación de la competencia. Este enfoque de tres ejes para lograr el liderazgo de mercado se detalla más adelante.



Comprensión del liderazgo de mercado

Como se analizó en la página anterior, impulsar la demanda, fortalecer la marca y diferenciarse de la competencia juegan un papel fundamental en el camino de la empresa hacia el liderazgo de mercado. Sin embargo, este enfoque de tres ejes solo es el comienzo del recorrido y se debe completar con un enfoque en la experiencia del cliente igualmente estricto. Por lo tanto, las organizaciones con mejores prácticas se comprometen con el cliente en cada etapa del ciclo de compra y siguen fomentando la relación una vez que el cliente haya concretado la compra. De esta manera, crean una base de clientes leal y en constante crecimiento y, con el tiempo, aumentan metódicamente a su cuota de mercado.

Criterios clave de rendimiento

Para el Premio de Liderazgo de Mercado, nos enfocamos en criterios específicos para determinar las áreas de excelencia en el rendimiento que llevaron a la empresa a la posición de liderazgo. Los criterios considerados incluyen (pero no se limitan a) los siguientes:

Criterio	Requisito
Mejorar la excelencia de la estrategia	Habilidad comprobada para identificar, priorizar y buscar constantemente nuevas oportunidades de crecimiento.
Excelencia en implementación	Los procesos respaldan la implementación coherente y eficiente de tácticas diseñadas para respaldar la estrategia.
Fuerza de la marca	La posesión de una marca que es respetada, reconocida y recordada.
Calidad del producto	El producto o servicio recibe altas calificaciones por rendimiento, funcionalidad y confiabilidad en cada etapa del ciclo de vida.
Diferenciación del producto	El producto o servicio se ha forjado un segmento del mercado, ya sea por el precio, la calidad o singularidad de la oferta (o una combinación de las tres) que otra empresa no puede copiar fácilmente.
Ventaja tecnológica	Compromiso comprobado con incorporar tecnologías de punta en las ofertas de productos para lograr un mayor rendimiento y valor del producto.
Valor de rendimiento/precio	Los productos o servicios ofrecen el mejor valor para el precio, en comparación con ofertas similares del mercado.
Experiencia de compra del cliente	Los clientes sienten que están comprando la mejor solución que aborda sus necesidades y limitaciones únicas.
Experiencia de propiedad del cliente	Los clientes sienten orgullo de poseer un producto o servicio de la empresa y tienen una experiencia positiva a lo largo de la vida útil del producto o servicio.
Experiencia de atención al cliente	La atención al cliente es accesible, rápida, sin estrés y de alta calidad.

Reconocimiento de las mejores prácticas: 10 pasos para investigar, identificar y reconocer las mejores prácticas

Nuestro equipo de analistas se esfuerza por seguir un proceso de 10 pasos (que se muestra a continuación) para evaluar los candidatos al premio y su idoneidad con nuestros criterios de mejores prácticas. La reputación y la integridad de nuestros premios se basan en el cumplimiento estricto de este proceso.

PASO	OBJETIVO	ACTIVIDADES CLAVE	RESULTADO
1 Monitorear, apuntar y proyectar	Identificar los candidatos galardonados de todo el mundo.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar una investigación profunda del sector. Identificar nuevos sectores. Analizar varias regiones. 	Canalizar los candidatos que puedan cumplir con todos los criterios de mejores prácticas.
2 Realizar una investigación de 360 grados	Realizar una investigación exhaustiva de 360 grados sobre todos los candidatos del canal.	<ul style="list-style-type: none"> Entrevistar a intelectuales y profesionales de la industria. Evaluar la idoneidad de los candidatos con respecto a los criterios de mejores prácticas. Clasificar a todos los candidatos. 	Posicionamiento en matriz del rendimiento de todos los candidatos entre sí.
3 Convocar a los intelectuales en mejores prácticas	Realizar una revisión profunda de todos los candidatos.	<ul style="list-style-type: none"> Confirmar los criterios de mejores prácticas. Examinar la elegibilidad de todos los candidatos. Identificar lagunas de información. 	Perfiles detallados de todos los candidatos clasificados.
4 Iniciar una revisión del director de investigación	Realizar una evaluación imparcial de los perfiles de todos los candidatos.	<ul style="list-style-type: none"> Proponer ideas sobre opciones de clasificación. Solicitar múltiples perspectivas acerca del rendimiento de los candidatos. Actualizar los perfiles de los candidatos. 	Priorización final de todos los candidatos elegibles y documento complementario de posicionamiento de las mejores prácticas.
5 Armar un panel de expertos de la industria	Presentar los hallazgos a un panel experto de intelectuales de la industria.	<ul style="list-style-type: none"> Compartir hallazgos. Fortalecer casos para la elegibilidad del candidato. Priorizar a los candidatos. 	Perfeccionar la lista de candidatos priorizados para el premio.
6 Realizar una revisión global del sector	Llegar a un consenso acerca de la elegibilidad de los candidatos al premio.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar una reunión del equipo global para analizar todos los candidatos. Idoneidad de la prueba de presión con los criterios. Confirmar inclusión de todos los candidatos elegibles. 	Lista final de los candidatos elegibles al premio, que presenten historias de éxito de todo el mundo.
7 Realizar una verificación de la calidad	Desarrollar materiales oficiales para consideración del premio.	<ul style="list-style-type: none"> Realizar actividades finales de evaluación comparativa del rendimiento. Escribir las nominaciones. Realizar una revisión de la calidad. 	Presentación creativa, precisa y de alta calidad de los éxitos de los candidatos.
8 Reconectarse con un panel de expertos de la industria	Finalizar la selección de los galardonados del premio de mejores prácticas.	<ul style="list-style-type: none"> Revisar el análisis con el panel. Llegar a un consenso. Seleccionar a un galardonado. 	Decisión acerca de cuál empresa se desempeña mejor con respecto a los criterios de mejores prácticas.
9 Comunicar el reconocimiento	Informarle al galardonado acerca del reconocimiento del premio.	<ul style="list-style-type: none"> Presentar el premio al Director Ejecutivo. Inspira a la organización para que mantenga el éxito. Celebrar el rendimiento del galardonado. 	Anunciar el premio y planificar cómo el galardonado puede utilizar el premio para mejorar la marca.
10 Tomar medidas estratégicas	Después de la licencia, la empresa puede compartir las novedades del premio con los accionistas y clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Coordinar la difusión mediática. Diseñar un plan de marketing. Evaluar el rol del premio en la planificación estratégica futura. 	Amplia difusión del estado del premio del galardonado entre inversionistas, personal de los medios y empleados.

La intersección entre la investigación de 360° y los premios a las mejores prácticas

Metodología de investigación

La metodología de investigación de 360 grados de Frost & Sullivan representa el rigor analítico de nuestro proceso de investigación. Ofrece una visión de 360° de los retos, las tendencias y los problemas del sector al integrar las 7 metodologías de investigación de Frost & Sullivan. Muy a menudo, las empresas toman decisiones importantes de crecimiento en función de una comprensión limitada del entorno, lo que conlleva a errores por omisión y comisión. Las estrategias de crecimiento exitosas se basan en una comprensión profunda del análisis de mercado, técnicos, económicos, financieros, de clientes, de las mejores prácticas y demográficos. La integración de estas disciplinas de investigación en una metodología de investigación de 360 grados brinda una plataforma de evaluación para comparar a los participantes del sector e identificar a aquellos que se desempeñan en su mejor nivel.

INVESTIGACIÓN DE 360°: VER ORDEN EN EL CAOS



Acerca de Frost & Sullivan

Frost & Sullivan, la compañía de asociación para el crecimiento, les permite a los clientes acelerar el crecimiento y alcanzar la mejor posición en crecimiento, innovación y liderazgo. El servicio de asociación para el crecimiento de la empresa les ofrece al Director Ejecutivo y al equipo de crecimiento del Director Ejecutivo investigación disciplinada y modelos de mejores prácticas para impulsar la generación, la evaluación y la implementación de estrategias de crecimiento potentes. Frost & Sullivan cuenta con más de 50 años de experiencia en asociarse con 1000 empresas globales, empresas emergentes y la comunidad de inversión desde 45 oficinas en seis continentes. Para unirse a nuestra asociación para el crecimiento, visite <http://www.frost.com>.