

“El negocio digital es adquirir datos, analizarlos, y actuar”

TECNOLOGÍA. EL PRESIDENTE DE LUMEN EN AMÉRICA LATINA AFIRMÓ QUE EN COLOMBIA TIENEN MÁS DE 6.000 KM DE FIBRA ÓPTICA, ADEMÁS DE TRES CENTROS DE DATOS FUNCIONANDO

BOGOTÁ
Recientemente *CenturyLink* cambió su marca a *Lumen*, con el fin de hacer una transformación no solo en el nombre de la compañía, sino en el enfoque de la misma, impulsando la transformación digital de las empresas. **Héctor Alonso**, presidente de *Lumen* para América Latina, afirmó que actualmente “el nuevo negocio digital se trata de adquirir datos, analizarlos, y actuar sobre ellos”.

¿Cómo impactó la pandemia su operación?
El fenómeno aceleró las necesidades de transformación de las empresas a una forma más digital. La base de nuestra plataforma es la infraestructura de red que tenemos, que son 720.000 kilómetros de fibra distribuidos en el mundo. En América Latina el tráfico creció entre 30% y 40%, sobre todo los primeros meses.

¿Cuánta infraestructura tienen en Colombia?
En Colombia tenemos más de 6.000 kilómetros de fibra óptica. También tenemos tres Centros de Datos funcionando y la ampliación de la infraestructura de Colombia XV, al que se le agregaron 450 metros cuadrados, para un total de 2.400 metros cuadrado de área blanca en el centro de datos. El cable submarino que conecta a Colombia por el Pacífico arrancó con una capacidad inicial de 4,5 terabytes por segundo (TB), de las cuales entrarán en operación inicialmente 400 gigabytes (GB) para el país.

¿Por qué decidieron abrir el data center en Colombia?



Héctor Alonso, presidente de Lumen en América Latina, afirmó que invierten 20% de sus ingresos.

El futuro de la tecnología

Alonso afirmó que de cara al futuro, la tecnología “va a seguir expandiéndose, porque a cada momento se incorporan nuevos dispositivos a la red. Cuanto más avance el proceso de transformación digital, mayor cantidad de datos van a seguir generando”. Asimismo, dijo que seguirán expandiendo anualmente la capacidad de su cable submarino con el fin de que la información esté más cerca y que haya una descentralización en el manejo y la utilización de los datos, que “es algo que están embebido en la cuarta revolución industrial”, aseguró.

La construcción del data center responde a la demanda del mercado. Estamos viendo un aumento en la demanda de plataformas que estén conectadas lo más cerca posible de los clientes, al aumentar la cantidad de tráfico que alojamos en el centro de datos, ponemos información más cerca de los clientes, con lo que se reducen los tiempos de latencia, mejora la experiencia del

cliente y está al ritmo de la demanda de capacidades que tienen nuestros clientes en cuando a soluciones virtuales, alojamiento de información en centro de datos independiente.

¿Cuánto pesa Colombia en la operación de Lumen?
Puedo decir que Brasil es el mercado más grande, seguido por Colombia y Argentina, que le siguen en tamaño



Andrés Raigosa
Profesor experto en redes sociales de la Universidad Externado

“Tener los datos no quiere decir tener más información. Debemos invertir tiempo en su análisis y procesamiento para ayudarnos a ‘tomar decisiones’”.

Síganos en:
www.larepublica.co
Con la entrevista a Diego Heinrich, CEO de Carnes Validadad.

40%

FUE EL AUMENTO QUE PRESENTÓ EL TRÁFICO DE LOS CLIENTES DE LUMEN DURANTE EL AISLAMIENTO POR LA PANDEMIA.

en nuestra operación en América Latina. Es un mercado importantes en el que vamos a seguir invirtiendo, como todos los años, cerca de 20% de los ingresos.

¿Qué debe tener en cuenta una empresa en su transformación digital?
Lo primero es que debe ser la decisión de los líderes de las empresas, que quiera avanzar en el proceso de transformación digital que es inevitable y necesario para continuar existiendo en el mercado. El nuevo negocio digital se trata de adquirir datos, analizarlos, y actuar sobre ellos. Por ello, deben tener en cuenta tres elementos. El primero es la adquisición de datos, para lo que hay diversas plataformas que permiten recolectarlas; una vez se tengan hay que hacer un análisis profundo y apropiado de los mismos, que permiten entender los mercados. A partir de ese análisis, se deben cambiar los procesos industriales y los canales de comunicación.

LAURA NEIRA MARCIALES
@Neira_Laura

Agrostart llegó al país con su programa para acelerar iniciativas en el sector agro

BOGOTÁ
Agrostart ingresó al mercado colombiano con su programa para acelerar emprendimientos que estén enfocados en generar innovación en el agro, como lo ha hecho en América Latina. El programa de *Basf*, que fue lanzado en 2016, busca visibilizar e impulsar el crecimiento de ideas innovadoras y sostenibles que apuesten por el campo, además que aceleren la adopción de nuevas prácticas tecnológicas en pro de la productividad y eficiencia.

María Fernanda Nossa, gerente senior comercial excelente and digital de *Basf*, explicó que “la agricultura está pasando por cambios importantes y la introducción de nuevas tecnologías a este sector clave de la economía permiten un campo más sostenible, automatizado y productivo. Gracias a *Agrostart*, los emprendedores podrán tener las mejores herramientas para impulsar sus modelos de negocios”.

Asimismo, afirmó que buscan personas y proyectos que tengan una mentalidad ganadora, que busquen aumentar sus ventas y quieran apostarle a la innovación en el sector agrícola, para “sumar y construir legado para nuestros agricultores”.

Las propuestas que sean seleccionadas tendrán la posibilidad de acceder al mercado en diferentes regiones de Colombia, Ecuador, Perú y Chile; además, obtendrán mentoría experta, validación de soluciones, aceleración interna para co-crear modelos de acceso al mercado, y la posibilidad de acceder a inversión por parte del *Basf* Venture Capital. El programa apoyará emprendimientos que se encuentren en las primeras fases y también a aquellas que ya están en un nivel de escala más alto. La iniciativa espera acompañar a los participantes en todas las etapas del proceso para que sea exitoso.

LAURA NEIRA MARCIALES
@Neira_Laura



Agrostart

Ofrecerán una guía y consecución de capital para los emprendimientos seleccionados.

AUTOMOTOR. LAMARCA DE MOTOS PONDRÁ SUS NUEVAS VITRINAS EN BOGOTÁ, IBAGUÉ Y NEIVA

Royal Enfield abrirá tres nuevas tiendas

BOGOTÁ
Royal Enfield anunció la apertura de tres tiendas que estarán ubicadas en Bogotá, Ibagué y Neiva, que tendrán nuevas vitrinas para los amantes del motociclismo. **Mauricio Salazar**, country manager de la marca en Colombia, afirmó que “ha sido un gran

año para nosotros. En julio rompimos nuestro récord histórico de ventas llegando a 170 unidades facturadas, esto es casi 40% por encima de nuestro promedio de ventas en 2019”. La marca lleva seis años en el país y es representada por el *Grupo Corbeta*. El empresario que lidera la compañía resaltó

que las ventas han sido mejores que antes de la cuarentena, “lo que representa una gran hazaña de todo el equipo que está al frente de la marca, teniendo en cuenta que estamos compitiendo con marcas que llevan varias décadas en Colombia”. Los tres espacios abrirán sus puertas este mes, ofreciendo

máquinas de corte clásico, así como un espacio en el que las personas podrán ir a hacer prueba de ruta con sus principales modelos. A principio de año habían abierto tiendas en Cartagena y Manizales. LAURA NEIRA MARCIALES @Neira_Laura