

TECNOLOGÍA. TRAS PRIVATIZACIÓN, EMPRESA CAMBIA SU NEGOCIO

Dell crece 20% en división de almacenamiento

BOGOTÁ. La multinacional estadounidense creadora no solo de soportes de computadores personales, servidores, switches de red, programas informáticos, sino ahora también de servicios de almacenamientos y Big Data, lleva 18 meses transformándose, cambiando su estrategia de ser una compañía enfocada al consumidor final, a ser una empresa de soluciones empresariales.

Alan Atkinson, vicepresidente de la firma, habla con LR sobre la situación del negocio y el crecimiento de 20% en este nicho.

¿Cómo se ha transformado el negocio de Dell?

Las tecnologías han cambiado mucho en la última década. La industria se está moviendo hacia el negocio de la información y la nube, y nosotros nos enfocamos ahora también por este campo.

¿Cuánto representa para la compañía la división de almacenamiento de datos y cuál es la oferta?

El almacenamiento, la computación y las redes se están convirtiendo en el enfoque del negocio, porque es pieza clave en la infraestructura de todos nuestros clientes. Ahora bien, si esto se complementa con centros de datos, las firmas que nos comprendrán altísimos crecimientos. Nuestra participación en el mercado se ha incrementado significativamente este trimestre, cerca de 20% más y eso se debe a que estamos pensando en una oferta completa para nuestros clientes y no solo generando almacenamiento de redes y computación.



Alan Atkinson es vicepresidente y gerente general de Dell Storage, trabaja para la compañía desde mayo de 2012.

¿Hace cuánto inició este cambio en la compañía?

La marca ha cambiado mucho desde que iniciamos el proceso de privatización hace 18 meses, este hecho nos ha permitido realmente enfocarnos sobre los clientes y los socios, a quienes mostramos nuestros resultados operacionales cada 90 días, con el fin de tomar decisiones estratégicas a largo plazo.

¿Hacia qué tipo de clientes se están enfocando?

Nos enfocamos en las personas, las empresas, nuestros so-

cios, la infraestructura y el ecosistema. Este ha sido un foco muy importante como área, y claramente estamos enfocados en romper los límites económicos para poder resolver los problemas y proporcionar soluciones a las firmas para que puedan entrar con paso fuerte en esta transformación por la que esta pasando la tecnología.

¿Dentro de sus soluciones está el análisis de Big Data?

El Big Data es uno de mis temas favoritos. Todo el mundo está hablando sobre esto y la sociedad intenta trabajar en ello,

lo que es bueno porque no hay una sola manera de manejar el tema y eso nos crea una oportunidad en el negocio. Ahora bien, nos destacamos en este sector porque contemplamos esto con una robusta plataforma de computación que nos permite ver el estado ideal.

¿Cuál sería la especificidad de su compañía para salir adelante en ese negocio?

Enfocarnos en las especificidad de la compañía y en su plan de negocios. De esta manera identificamos cuál es el problema del negocio utilizando



FRANCISCO BOLAÑOS
CONSULTOR DE SOLUCIONES

"La rápida transformación de la tecnología hace que las empresas también cambien su enfoque para poder adecuarse al negocio"



SÍGANOS EN:
www.larepublica.co

Para más información sobre los sistemas de almacenamiento

normalmente componentes de almacenamiento de alto nivel.

¿Cómo les fue el año pasado y qué espera para 2015?

Hemos pagado más de USD\$3.000 millones en deudas lo que es un logro increíble, que ha permitido aumentar nuestro ranking crediticio dos niveles. 2014 fue un gran año y esperamos que este también lo sea.

¿Qué nuevos negocios vienen para 2016?

El enfoque de los nuevos productos son: la nube, la migración de la tecnología flash, etc. Pero yo creo que lo que nos define ahora es que estamos interesados en bajar el precio de los productos y soluciones sustancialmente para nuestros clientes.

VALENTINA PACHÓN
vpachon@larepublica.com.co

TURISMO. EN ENERO SE CUMPLIERON CINCO AÑOS DEL TERREMOTO

Marriot y Decameron se la juegan por Haití

BOGOTÁ. Cinco años después de que un terremoto de 7,3 grados Richter sacudiera a Haití, dejando más de 200.000 muertos, 1,5 millones de damnificados y pérdidas materiales calculadas en casi US\$8.000 millones, el país caribeño hace esfuerzos por recuperarse pero no a la velocidad esperada.

Sin embargo, en ese impulso por lograr bajar un deshonroso desempleo que llega a 60% y el calificativo como el país más pobre de América, intenta convertirse en un paraíso turístico, sobresaliendo en el sector hotelero las inversiones de las firmas de Marriot y de la cadena De Cameron.

El proceso de construcción del Marriott Port-au-Prince comenzó hace cuatro años cuando Marriott International propuso a la Fundación Clinton desarrollar un nuevo hotel para ayudar a Haití a reconstruir su industria turística. La compa-

ñía se asocio con Digicel Group y con US\$45 millones se construyó una infraestructura de 175 habitaciones.

El hotel que empleó 1.100 personas en su construcción y que actualmente genera 200 puestos de trabajo fue abierto en marzo de este año con la presencia inclusive del expresidente estadounidense Bill Clinton, pero este mes será su inauguración oficial.

Si bien Decameron aún no ha empezado a construir, fuentes cercanas a LR confirmaron que la cadena estaría muy interesada en ampliar la oferta que se calcula está en más de 30 hoteles, según el Ministerio de Turismo de ese país.

Angélica Guerra, docente de la universidad Externado de Colombia, manifestó que explotar su potencial turístico no solo una oportunidad, sino un reto, pensando primero en la competencia que tiene por estar muy



CORTESÍA

Según el Banco Mundial, el PIB de Haití llega a US\$8.459 millones y 2,5 millones de haitianos no cubren sus necesidades básicas.

cerca de República Dominicana, donde se ofrecen las condiciones de seguridad necesarias para los turistas.

Guerra puntualizó que la decisión de las autoridades de

abrir sus fronteras a servicios turísticos viene de años atrás.

En el 2012, este país de ingresos bajos que cuenta con una población cercana a 10,32 millones de habitantes inició

Turismo, principal jalonador de otros sectores

El sector turístico es jalonador de varios sectores entre los que se encuentran alimentos, transporte, comercio y el financiero. Por ejemplo, el Marriott Port-au-Prince se abastece de productos de Afe Neg Combite, una cooperativa con sede en Kenscoff conformada por 5.500 agricultores. También el hotel compra los jabones y artículos de tocador del productor local Ayiti Natives. (productos están hechos por haitianos que utilizan hierbas, frutos secos y frutas locales). Así mismo, abastece 100% su café de la empresa haitiana Rebo Coffee, empresa conformada por mujeres de población vulnerable.

proyectos para encauzar el dinero de cooperación internacional hacia la construcción de hoteles de lujo.

JULIANA RAMÍREZ PRADO
jramirez@larepublica.com.co