



JUAN FRANCISCO AGUILAR Director general de Dell México

Hay diferentes datos sobre la inversión; el más conservador muestra montos por más de 50 mil mdd en los próximos seis o siete años, por lo que buscamos armar un equipo que apoye a los clientes para que participen en esta apertura

“Hay que aprovechar los beneficios de la reforma energética”

Dell tuvo uno de los mejores años en México, con un crecimiento estimado de doble dígito a pesar de que la expansión en la industria de tecnología de información y comunicación no estuvo al ritmo de otros años; además, la empresa espera que 2015 sea aún mejor, gracias a reformas como la energética, que permitirá la entrada de capital al país.

Juan Francisco Aguilar, director general de Dell México, afirmó que la apuesta por el mercado mexicano se desarrolla en tres direcciones: la primera basada en las reformas energética y en telecomunicaciones, la segunda en el desarrollo de proyectos de infraestructura del gobierno y la tercera en la creciente adopción de tecnología por parte de las pequeñas y medianas empresas.

¿Qué expectativa tiene Dell para 2015?

En el último semestre se empezaron a liberar algunas licitaciones importantes del gobierno y esperamos que el próximo año sean aún más, pero en particular una de las reformas nos interesa mucho: la energética, pues según análisis que tenemos habrá una inversión muy, muy importante.

¿Qué esperan de la reforma energética?

Hay diferentes datos en términos de inversión, pero el más conservador muestra montos por más de 50 mil millones de dólares en los próximos seis o siete años, por lo que buscamos cómo armar un equipo que apoye a los clientes para que participen en esa reforma, ese es el objetivo: que todos aprovechemos los beneficios que traerá.

¿Hay otros proyectos en los que vean oportunidad de negocios?

Obviamente nos interesan todos los proyectos de infraestructura previstos por el gobierno, pero también cómo llegar a las pequeñas y medianas empresas (Pyme), porque es un segmento que representa 96 por ciento de todo el **sector empresarial** y son negocios que están aprendiendo que por tecnología se pueden diferenciar de sus competidores.

¿Tienen un estimado de la oportunidad de negocio que les representan las Pyme?

Hay más de 4 millones de empresas pequeñas y medianas, menos de 10 por ciento está preparado en materia de tecnología, esto habla del tamaño de la oportunidad; nosotros creemos que tenemos la ventaja de poder ofrecerles soluciones punto

a punto, contrario a lo que están haciendo los competidores, de venderse o dividirse; la estrategia de Dell es clara desde hace seis o siete años.

¿Cómo les fue este 2014 en México?

Ha sido uno de los mejores años de Dell México, gracias a que nos anticipamos a muchas cosas que veíamos venir desde hace dos o tres años; por ejemplo, que tal vez la inversión del gobierno iba a estar limitada y que obviamente el monto en términos de tecnología iba a venir mucho de la pequeña y mediana empresas, entonces desde hace dos o tres años hicimos esfuerzos para invertir en este segmento, con un equipo de especialistas y con una cobertura que nos permitiera llegar a todo ese mercado que está creciendo.

¿Qué porcentaje representan las Pyme en sus ingresos?

En términos de mezcla, para nosotros la pyme representa más de 40 por ciento de las ventas, es un segmento que está creciendo muy fuerte, además se combinó con inversión en la parte pública, pues empezaron a salir las licitaciones y proyectos del gobierno para finales de este año, que unido a que estratégicamente participamos en algunos proyectos, nos ayudó a tener un buen crecimiento.



Fecha 16.12.2014	Sección Negocios	Página 36
---------------------	---------------------	--------------

¿Qué tanto crecieron?

Solo puedo decir que fue un crecimiento de doble dígito.

¿Qué área de Dell fue la que más creció?

Principalmente las Pyme, seguida de los grandes corporativos —gracias a la oferta de servicios—, además de la participación en el mercado de consumo, en el que también logramos un crecimiento de doble dígito, porque ofrecimos mayores opciones y ampliamos la cobertura en tres modelos de canales de distribución, lo que nos permitió tener más acceso a la gente y complementamos con una fuerte campaña en los medios, principalmente con las nuevas alternativas de productos que está sacando Dell.

¿Ese crecimiento de Dell se observó en todo el mercado o solo en México?

Este fue un año muy retador en México, pues lo que estimamos en términos del producto interno bruto (PIB) y en el mercado de la tecnología de información también estuvo muy limitado; de hecho, esos datos, al parecer, sí se pueden mencionar; en términos de cómo se ve cuánto se consumió este y el año pasado sí estuvo muy limitado.

¿Dell se ve en la vorágine de fusiones y adquisiciones del sector TIC?

Eso es algo que siempre estará encima de la mesa, nosotros a lo largo de seis o siete años hemos adquirido más de 30 empresas, la diferencia es que

parte de nuestra estrategia es seguir robusteciendo el portafolio de adquisiciones, pero no nos vamos a dividir, no estamos en venta, al contrario, estamos con una estrategia clara y eso debe dar confianza al clientes.

¿Cuánto representa México para Dell?

Es uno de los 12 países más importantes, gracias al crecimiento de doble dígito, y si se compara con otras naciones, México e India son de los que más crecen, por ello a nivel corporativo se les pone atención especial.

¿Entregar esos resultados qué efecto tiene para México?

Ese crecimiento ya nos ayudó a conseguir inversiones estratégicas como país; por ejemplo, iniciamos hace un mes las operaciones de nuestra arrendadora, lo cual para nosotros es un *superhit*, porque si algo necesitan los clientes es poder obtener créditos; nosotros ya estamos operando desde hace cinco o seis semanas con la arrendadora.

“Además, me acaban de aprobar un plan de inversión para México, el cual se va a destinar a la contratación de personal; también inauguramos hace una semana un proyecto llamado Los Tigers, un programa de becarios que incorpora talentos de universidades públicas y privadas a la fuerza laboral de Dell, eso es parte de la confianza de seguir invirtiendo en México”.

¿Sí ven con buena perspectiva los cambios que el gobierno está haciendo?

Tengo 45 años y he crecido en este país, donde siempre ha habido muchos retos; ahora se están abriendo puertas a inversiones importantes, la misma reforma energética entre otros cambios; eso nos entusiasma, porque representa oportunidades, entendiendo que hay un ambiente social difícil, pero todo va en función de cómo seguir apoyando con tecnología.

“También creo que para sacar adelante a este país no hay que hacer un esfuerzo exclusivo del gobierno, de todo lo que somos nosotros los empresarios, de toda la nueva fuerza que tenemos con las universidades y los emprendedores; no tendremos nunca la dirección perfecta, pero dependerá de cómo apuntemos para llegar al camino adecuado. M

“ La Pyme representa más de 40 por ciento de las ventas para Dell, es un segmento que está creciendo muy fuerte”

“ Lo que estimamos en términos de PIB y en el mercado de la tecnología de información, también estuvo muy limitado”

Fecha 16.12.2014	Sección Negocios	Página 36
----------------------------	----------------------------	---------------------

JORGE CARBALLO



"Ha sido uno de los mejores años para Dell en México".