

DBAccess

Somos la empresa venezolana con presencia Internacional, fundada en 1988, proveedora de servicios de tecnología de la información al mercado global. Nos dedicamos al desarrollo de aplicaciones, a la consultoría en tecnologías de la información, y al outsourcing de procesos de negocios. Nuestro método de trabajo está basado en el Global Delivery Model para la entrega de servicios desde el Centro Global de Desarrollo ubicado en el Parque Tecnológico de Mérida en Venezuela.

www.dbaccess.com

Cuestionario enviado a la Revista IT Manager, para la Edición de Julio 2006

1.- ¿Cuál fue el episodio clave, que decidió el rumbo de la empresa, para llegar a lo que son hoy día?

Nuestro primer trabajo en el exterior. Año 1996, logramos un contrato de servicio con Petróleos de Trinidad. Aunque bien cerquita de Venezuela, nos encontramos en un país de habla inglesa, en el que se maneja por la izquierda, con costumbres muy distintas, con muchísima influencia de la India y de África. Y nosotros éramos los especialistas en ingeniería de software, los que venían del exterior. Y al concluir el trabajo, nos entregaron una excelente carta de felicitación. Casi surreal. De allí salimos convencidos que, en este negocio, el mercado es el planeta entero. Los límites, las fronteras, están en la mente. Luego vino Perú, Brasil, EEUU, Holanda, Francia, Italia, Finlandia...

2.- ¿Cuáles han sido las decisiones estratégicas trascendentales que les ha tocado tomar en la compañía?

Proveer servicios para el mercado global. Convencidos de poder jugar en la liga de cualquiera, sin arrogancia y sin falsas humildades, nuestra decisión de competir en el mercado global nos permitió llegar a nuestra oferta actual de servicios clase mundial, con certificaciones internacionales de calidad ISO y CMM. Aunque quizás la decisión estratégica más trascendental fue la de hacer de la Planificación Estratégica una práctica institucionalizada en DBAccess.

3.- ¿Cómo han tomado las decisiones vinculadas a la plataforma de sus productos?

DBAccess es una empresa de servicio. Y nuestros servicios son independientes de la plataforma tecnológica. No revendemos ningún producto, ni de software ni de hardware, de ninguna tecnología. Y quizás ese sea, además de un interesante diferenciador, una de nuestras ventajas más fuertes sobre la competencia: cuando se trata de soluciones tecnológicas construidas con el interés del cliente en la mente – Business Value, le dicen - somos los mejores. Por ejemplo, en soluciones basadas en arquitecturas SOA y en interoperabilidad en ambientes heterogéneos, no hay quien nos gane.

4.- ¿Cuál ha sido la lección más importante que debió aprender del negocio y cómo fue ese aprendizaje?

Que los proyectos nacen con su acta de defunción: la fecha final de entrega. Y eso tiene una correlación directa con los altos y bajos de este negocio. Por eso ahora nuestro modelo se centra en el establecimiento de una relación de largo plazo con nuestros clientes, a los que les prestamos servicios de ingeniería de software alineado con la estrategia de IT y amparado por contratos anuales, y no proyectos puntuales.

5.- ¿Cuál fue su primer “cliente”, aquél que los llevó a constituirse como empresa?

Corría el año 94, ya teníamos 5 años en el mercado, haciendo proyectos aquí y allá, y el grupo Protinal/Proagro confió en nosotros para el desarrollo de su Sistema de Facturación. Esas visitas a los silos y el pesaje en línea de los camiones en la romana electrónica – innovación para la época – son parte de nuestra memoria corporativa. Con esta referencia, comenzaron a llegar clientes “importantes”, Bolsa de Valores de Caracas, Otepi, Venalum, CAF, CANTV, Conferry, Telcel, Mavesa, Polar...

6.- ¿Cinco líneas para explicar qué era la empresa cuando comenzó y qué es hoy en día?

De un grupo de super-entusiastas ingenieros irreverentes, con mucha iniciativa, y que hacíamos “computación” – es decir, de todo un poco – somos hoy un equipo de super-entusiastas ingenieros (y licenciados, etc.) irreverentes, con mucha iniciativa, conectados en red en esta empresa, consolidada y reconocida en el mercado, con una explícita estrategia corporativa – con metas, objetivos, iniciativas bien definidas - con un modelo de negocio innovador, una red de emprendimiento, de liderazgo horizontal, comprometidos con la innovación y de calidad mundial.

Respuestas por:

Angelo Burgazzi
President and CEO
DBAccess
www.dbaccess.com

Documento Elaborado por:

Jesús Maceira
Mercadeo / Marketing
DBAccess
jesus.maceira@dbaccess.com