



ELEGIR 'SOTI' PARA SUS DISPOSITIVOS MÓVILES ES LA ESTRATEGIA IDEAL PARA APOSTAR POR EL FUTURO



P. 8 - 9

**SMARTBITT ENTRA
AL MERCADO
BOLIVIANO**

**EPSON PRESENTA
SU NUEVA LÍNEA
DE IMPRESORAS
TÉRMICAS**

EDITORIAL

Horacio Romero
Director de Teleinfopress



Director:
 Horacio Romero De Lucca
 hromero@teleinfopress.com

Directora de Redacción y Edición:
 Liliana Almanza A.

Redes Sociales & Página Web:
 Miguel Franck

Ventas:
 teleinfopress+ventas@teleinfopress.com

Prensa:
 teleinfopress+prensa@teleinfopress.com

Co-Directora:
 Ninoska Azurduy Caso
 nazurduy@teleinfopress.com

Gerente de Innovación:
 Diego Romero A.

Oficina Central:
 Santa Cruz, Bolivia
 Equipetrol - Sirari
 Calle Las Dalias N° 7 Oeste
 Telf. : (591-3) 3429010 - 3429011
 Telf. EE.UU: 1-9542828125
 teleinfopress@teleinfopress.com
 www.teleinfopress.com

Ejemplar de distribución gratuito a nivel nacional a: marcas, mayoristas y canales de distribución del sector de TI y comunicaciones. Además de CEOs, CIOs y Encargados de Adquisiciones de las principales empresas, instituciones y sector gubernamental.

Teleinfopress no se responsabiliza por las opiniones o conceptos vertidos en los artículos, entrevistas, publifotos o avisos. Prohibida su distribución parcial o total sin la expresa autorización del Grupo Romazur S.R.L.

- 3** CHILE ALCANZA LA META PROYECTADA HASTA EL 2025 EN ENERGÍAS LIMPIAS
- 4** EPSON PRESENTA SU NUEVA LÍNEA DE IMPRESORAS TÉRMICAS
- 6** SMARTBITT TECHNOLOGIES ENTRA AL MERCADO BOLIVIANO CON UNA OFERTA DE VALOR COMERCIAL PARA EL CANAL
- 8** ELEGIR 'SOTI' PARA SUS DISPOSITIVOS MÓVILES ES LA ESTRATEGIA IDEAL PARA APOSTAR POR EL FUTURO
- 10** LAS 4 TENDENCIAS EXITOSAS PARA EL RETAIL DE 2021
- 11** IMPARABLE, EL PRECIO DE BITCOIN SUPERA LOS 50.000 DÓLARES
- 12** MICROSOFT ANUNCIA OFFICE 2021 PARA CONSUMIDORES Y OFFICE LTSC PARA EMPRESAS
- 13** EN SU MAYORÍA EL MALWARE SE ENTREGA A TRAVÉS DE APLICACIONES EN LA NUBE
- 14** BOLIVIA RETOMA LA PRODUCCIÓN DE COMPUTADORAS A TRAVÉS DE QUIPUS
- 15** LA PLANTA SOLAR FOTOVOLTAICA DE ORURO, INCREMENTA SU POTENCIA A 100 MEGAVATIOS (MW)
- 16** HPE NOMBRA DIRECTORA DE CANALES, ECOSISTEMAS Y VENTAS DE LATINOAMÉRICA
- 17** SANDRA VAZ ES LA NUEVA DIRECTORA DE SOCIOS Y ALIANZAS GLOBALES LATAM EN RED HAT
- 18** SAP ALCANZÓ 22º TRIMESTRES CONSECUTIVOS DE CRECIMIENTO EN LA NUBE
- 20** DELL TECHNOLOGIES ELIGE A GUSTAVO RIPOLL PARA VP DE LA REGIÓN MCLA
- 21** LICENCIAS ONLINE Y EXAGRID EXPANDEN SU COBERTURA EN LA REGIÓN
- 22** ACCENTURE Y VMWARE LANZAN UN NUEVO GRUPO EMPRESARIAL



CHILE ALCANZA LA META PROYECTADA HASTA EL 2025 EN ENERGÍAS LIMPIAS

La generación de energías limpias en Chile terminó 2020 superando la meta impuesta para el año 2025, y al 2 de febrero, según un reporte del Coordinador Eléctrico Nacional, las ERNC lograron una participación anual de 26,57%. Ante el actual resultado se proyecta proveer una mayor calidad en el servicio eléctrico.

Dado el contexto actual basado en el sorprendente reporte del ERNC (Coordinador Eléctrico Nacional), y publicado en varios medios de prensa, consultamos a **Cristián Álvarez, ingeniero en electricidad y electrónica, certificado SEC clase "A"**, cual es la siguiente tecnología que se muestra como tendencia frente al reto de aprovechamiento permanente de las energías renovables y considerando que Chile ha alcanzado la meta proyectada al 2025. En la que destacará como solución con una visión de conjunto el **"Microgrid"**.

¿Qué es una microgrid?

Una microgrid es una red eléctrica distribuida (o descentralizada) compuesta por pequeñas y diversas fuentes de energía que operan en paralelo o de forma autónoma con respecto a la red principal. El objetivo principal de una microgrid es

conseguir un suministro eléctrico más fiable y eficiente, dar una mayor calidad en el servicio eléctrico, y hacerlo más seguro y sostenible, sobre todo en las zonas urbanas y rurales.

Cristián Álvarez, explica que "Una microgrid puede ser alimentada por generadores distribuidos, baterías y/o energías renovables no convencionales, como paneles solares.

Una microgrid no tiene un tamaño ni diseño determinado. De igual manera, puede abastecer a un solo local que a un conjunto de edificios energéticamente independientes. Se pueden crear distritos completos donde la energía producida es la misma que la energía consumida.

Aunque la microgrid suele operar estando conectada a la red, es posible "desconectarla" y

que funcione por sí misma utilizando la generación local. La microgrid y la red se conectan en un punto de conexión común con la misma tensión de forma que, si existe algún problema en la red eléctrica es posible desconectar la microgrid de la red y que funcione de forma independiente.

Hogares pero, sobre todo, locales públicos, hospitales, empresas, la banca o cualquier otra instalación de esta naturaleza, difícilmente puedan permitirse quedarse fuera de servicio debido a un corte de corriente o porque las condiciones meteorológicas no sean las ideales. Es por esto que se combinan distintos sistemas, configurándolos de forma concreta y con el tamaño adecuado, además de incorporar controladores para que la operación se realice de manera eficiente y automatizada, aportando de esta manera,

la tranquilidad para el usuario de tener la energía altamente disponible cuando la necesite y cuanto necesite.

Frente al reto de aprovechamiento permanente de las energías renovables, la flexibilidad de gestión eficiente de energía que permite el diseño de las microgrids, hace que estas ofrezcan numerosas ventajas, como pueden ser:

- Mejora de la eficiencia energética.
- Minimiza el consumo general de energía.
- Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y las emisiones contaminantes.
- Mejora de la calidad y fiabilidad del servicio.



EPSON PRESENTA SU NUEVA LÍNEA DE IMPRESORAS TÉRMICAS

Hiller S.A. de la mano de Epson, presentan el nuevo portafolio de impresoras térmicas para comercios y negocios, con el objetivo de descubrir oportunidades que se puedan abrir en los diferentes mercados a nivel nacional.

Este miércoles 3 de Marzo, se llevó a cabo el webinar de la "Nueva Línea de Impresoras Térmicas EPSON ahora en Bolivia de la mano de Hiller S.A.". El objetivo fue presentar y capacitar sobre la oferta de estos nuevos productos, que a partir de la fecha, se encontrarán disponibles a través de Hiller S.A. o a través de cualquiera de sus distribuidores autorizados a nivel nacional a

precios muy competitivos en el mercado.

Durante su realización, [David Gonzalez, Channel Manager VAR-SD para Epson Chile y Bolivia](#), y [Oscar Pedraza, Gerente División Sistemas de Hiller S.A.](#); invitaron a conocer la nueva gama de impresoras para punto de venta, siendo equipos que ofrecen la mejor experiencia a sus clientes, alto

rendimiento y confiabilidad,

En esta nueva línea de impresoras térmicas, que habilitan la impresión de recibos con manejo de periféricos y servidor web incorporado. ¿Cuáles son las características que destacan a esta línea?

[David Gonzalez, Epson Chile y Bolivia](#)

En la línea de Impresoras

Térmicas EPSON, destaca la fiabilidad que proporcionamos como marca en todos nuestros productos. Hablando de esta línea en particular, son productos muy robustos. Increíblemente, estos productos los teníamos ya antes de la pandemia y no necesitaron ser mejorados para hacerle frente y ser de utilidad, pienso que esta línea está acorde con las tendencias de movilidad, com-

pras remotas, y atenciones más rápidas, que están ocurriendo hoy día.

Esta línea sigue acompañando a los sistemas tradicionales de punto de venta que hoy en día existen, pero se complementa con todas las nuevas tecnologías que hoy se están fusionando (Cloud, Big Data, automatización). Nos permite flexibilidad para seguir funcionando aun cuando no estemos presentes en un lugar físico. Entonces, esto de poder conectar la impresora y dejarla operando sin depender de ninguna persona para que esté sacando pedidos, ordenes, compras, o entregando algún otro servicio, creo que es de mucha utilidad hoy día. Si antes pensábamos que era el futuro, hoy día creo que está totalmente presente.

Una gran ventaja en entrega es contar con un servidor web incorporado, pero si no se usa, sigue siendo una impresora igual que la máquina de la generación anterior con algunas prestaciones superiores en término de duración del producto, velocidad de impresión y mayor conectividad.

Un producto muy disruptivo es la **OmniLink T88VI-DT2**, que es un PC industrial (pro-

cesadores Intel Celeron, i3, i5), el cual incluye una impresora térmica y con el que nos ha ido muy bien en toda Latinoamérica. Hay varias soluciones transversales de clientes, desde de pequeño, mediano y hasta grandes volúmenes, y Bolivia no es la excepción (Ej: Puntos de venta y servicios, kioscos). Es un producto que va a gustar mucho, sobre todo a la gente que trabaja en surtidores y en operaciones que requieren atención 24/7.

Desde el punto de vista de productos, con estos tres modelos que estamos incorporando en Hiller TM-P80, TM-M30 y TM-T88VI, estamos cubriendo una buena parte del mercado nacional. Contar con el respaldo de Hiller que nos da un soporte esencial para la comercialización de esta línea. Nos acercamos a disponibilizar productos a toda Bolivia con un socio estratégico que nos complementa muy bien y que cubrirá la garantía en los productos, además de capacitar a quienes los adquieran.

Al ampliar el portafolio de soluciones POS (para punto de venta) ¿Cuál es el valor agregado que se entrega para este segmento del mercado?

Oscar Pedraza, Hiller S.A

Como lo mencionó David, hay dos factores clave para Hiller

en cuestión de esta alianza. Nosotros aportamos **“especialización y disponibilidad de los productos”**, especialización desde el lado de la experiencia que tenemos en la industria de **“Punto de Venta y Captura Automática de Datos”**.

No está de más mencionar que dentro de Hiller, nuestra División Sistemas cuenta con más de 14 años de trayectoria, de los cuales hemos adquirido la experiencia necesaria en la industria de captura automática de datos y punto de ventas, eso hace que el canal en Bolivia se sienta respaldado y que al hacer negocios con nosotros o el apoyarse en nosotros, va a tener un muy buen soporte técnico y asesoramiento de extremo a extremo, desde la pre-venta hasta la post-venta.

Por otro lado, **la disponibilidad continua de producto**. Es muy conveniente y ventajoso para el canal contar con stock permanente por parte de nosotros, ya que esto los ayuda a cerrar proyectos de forma ágil y segura. Hiller S.A. cuenta con bodegas en La Paz, Cochabamba y Santa Cruz, cubriendo así todo el eje central, por lo que en términos de disponibilidad el canal siempre va a estar muy bien apoyado.

Como Hiller, estamos muy

contentos con la alianza, creo que es bastante beneficiosa para toda la cadena, por que el canal además de disponer de productos de manera inmediata, va a tener acceso a todo un ecosistema de productos que se integran con las impresoras EPSON y lógicamente vuelvo a reiterar, con toda la garantía de extremo a extremo de la pre-venta hasta la post-venta.

Además, como Hiller estamos constantemente apoyando al canal con temas de capacitaciones. Nosotros entendemos que para vender nuestros productos se requiere de entrenamiento de productos que pertenecen al sector de tecnología de consumo, o tecnología para el hogar; son productos especializados, son productos empresariales, son ventas business to business (B2B) en muchos casos, en donde el cliente tiene que estar bien informado previo a concretar su compra. Y es ahí donde justamente EPSON viene a aportar un valor muy grande dentro del esquema de productos que tenemos actualmente, por que entendemos de que EPSON es el líder del mercado de impresoras en punto de venta. Esta alianza complementa muchísimo nuestra oferta y el más beneficiado de todo esto será el canal.





Adolfo Peñaloza
Business Development Director
Smartbitt Technologies

SMARTBITT TECHNOLOGIES ENTRA AL MERCADO BOLIVIANO CON UNA OFERTA DE VALOR COMERCIAL PARA EL CANAL

Smartbitt Technologies ingresa a Bolivia con el propósito de ofrecer un portafolio de soluciones alineadas a las necesidades de protección y respaldo de energía que afrontan los diferentes segmentos del mercado boliviano en compromiso con su canal de venta de trabajar en equipo para que logren un crecimiento orgánico.

La empresa con base en los Estados Unidos **Smartbitt Technologies**, que cuenta con operaciones en más de 27 países de Latino América, Caribe, China y Taiwán incluyendo desde la fecha a Bolivia, ofrece una amplia gama de soluciones de respaldo y protección de energía y cuenta con las certificaciones y estándares de calidad más altos de la industria como ser ISO 9001, ISO 14001, UL, NOM, Retie, entre otras.

La visión de **Smartbitt**, es ofrecer una tecnología de alto rendimiento, innovación y continuidad que esté acorde a la sostenibilidad del medio ambiente.

La propuesta de la marca, es de ofrecer al canal boliviano un portafolio de soluciones de muy alta calidad, acompañados de una estrategia sólida de distribución y un programa de fidelización que ayudará a los canales a maximizar su rentabilidad en un mercado de oportunidades contundentes. Señalo en entrevista a TeleinfoPress, **Adolfo Peñaloza, Business Development Director** y destacó: *"Ofreceremos apoyo comercial, de mercadeo y de logística, que asegure al consumidor final un producto de alta confiabilidad con disponibilidad en todo el país a un precio muy atractivo, con un servicio de garantía local de hasta de 4 años en UPS interactivos y 5 años en estabilizadores de voltaje de intercambio inmediato"*.

Smartbitt, conducirá en los siguientes meses una serie de Webinars, dando a conocer en su estrategia comercial los tipos de oportunidades que existen en los diferentes mercados verticales la necesidad de proteger los bienes activos y pasivos, y una presentación de la gama completa de productos de la marca.

¿Cuál es la propuesta en Bolivia que ofrece Smartbitt para operar en condiciones de energía inestable y proteger equipos críticos?

Sin lugar a duda, la inestabilidad de energía eléctrica en la mayoría de los países de Latino América ha presentado un reto enorme para el usuario de hogar, pequeñas empresas, corporativo y gubernamental. Por lo tanto, tenemos la responsabilidad de identificar estas necesidades y fabricar productos que cubran las necesidades de cada región.

Todos los equipos a comercializar a través de nuestros socios locales, han sido pensados y diseñados para el mercado boliviano, de manera que no encontrarás funcionalidades como de UPS Standby, donde variaciones altas de voltaje se convierten en un riesgo para los componentes eléctricos.

Smartbitt, ofrece un portafolio completo de UPS con estabilizadores automáticos (AVR) y supresores de picos en todos sus contactos con rangos de entrada de voltaje amplios para asegurar mayor protección. Más aún, todos nuestros UPS y estabilizadores de voltaje vienen con una toma universal, lo que significa que no hay la necesidad de tener un adaptador para proteger los dispositivos electrónicos.

¿Cuáles son las principales fortalezas que tiene Smartbitt?

Para nuestra línea de Valor presentamos varias bondades, como el tener la más nueva tecnología en UPS monofásicos y trifásicos con factores de potencia de 1.0, sistemas de redundancia N+1, sistemas de monitoreo remoto, sistemas modulares hasta 200KVA y un imprescindible soporte de instalación, mantenimiento y servicio.

Ofrecemos también una línea de productos de volumen (UPS interactivos hasta 3KVA y estabilizadores de voltaje) para el consumidor de hogar y pequeñas empresas donde nos aseguramos de tener productos que tengan el mejor rango de protección y tiempo de autonomía usando componentes de primera calidad.

Para aquellos clientes que están en necesidad de **energía renovable**, ofrecemos una variedad de soluciones de energía solar con inversores de diferentes topologías, **Off-Grid, On-Grid e Híbridos**.

Pero más que ofrecer la más alta tecnología y variedad en producto, **Smartbitt** se acentúa en ofrecer un respaldo comercial y técnico a todos sus socios de negocios, para el desarrollo eficien-

te de las múltiples oportunidades que ofrecemos en el mercado boliviano.

¿Cuáles serán las principales ventajas que entrega Smartbitt a su Canal de venta?

Muchos sabemos que diferentes marcas llegan al país con una propuesta de ventas agresivas; sin embargo, carecen de un trabajo de desarrollo de equipo con los canales locales. **Smartbitt** tiene un plan de desarrollo que no solamente guiará al canal a identificar nuevas oportunidades en los diferentes segmentos del mercado boliviano, pero también se asegura que se cumpla con el ciclo de venta y eso significa que el producto esté en manos del consumidor.

Para poder llevar este plan a su desarrollo, **Smartbitt** estará conduciendo una serie de capacitaciones comerciales y técnicas a sus canales de distribución; ofrecerá un programa de fidelización para socios de negocios donde tendrán a sus disposición apoyo comercial, de mercadeo y técnico, para de esa manera puedan ofrecer las solución apropiadas a la necesidad requerida del mercado. Nuestro compromiso con el canal es de trabajar en equipo para que logren un crecimiento orgánico con nuestros productos.





HECTOR PELLA
GERENTE GENERAL GSH BOLIVIA

OSCAR CARAZO
REGIONAL ACCOUNT MANAGER SOTI

GSH

SOTI

ELEGIR 'SOTI' PARA SUS DISPOSITIVOS MÓVILES ES LA ESTRATEGIA IDEAL PARA APOSTAR POR EL FUTURO

Los líderes empresariales de Bolivia y del mundo, buscan activamente soluciones de administración de dispositivos móviles (EMM-MDM) que proporcionen información en tiempo real para que sus empresas puedan adaptarse rápidamente y mantener sus operaciones utilizando SOTI en una estrategia sostenible a largo plazo.

SOTI es un innovador probado y líder de la industria para la gestión de la movilidad y la IoT (Internet de las cosas). Las organizaciones en todo el mundo se han apoyado en SOTI para habilitar sus estrategias de administración y localización de dispositivos móviles, despliegue de aplicaciones, filtrado de contenido, protección de los dispositivos y puntos finales para IoT.

“No importa el lugar o cuán alejados se encuentre el personal de una empresa, la tecnología de administración remota de SOTI cuenta con las herramientas necesarias para realizar funciones claves que mantengan productiva la operación, en especial en este clima incierto e impredecible post pandemia”. Indicó en entrevista a TeleinfoPress Oscar Carazo, Regional Account Manager de la marca SOTI.

Hector Pela, Gerente General en GSH Bolivia, complemento que **“Sin importar el tamaño o rubro de una empresa durante esta pandemia, hemos sido testigos de cómo aplicando nuestra tecnología de movilidad SOTI, nuestros clientes se han adelantado pudiendo agilizar y mejorar sin interrumpir la visibilidad de sus operaciones para administrar eficazmente sus activos y personal a distancia incluyendo aquellos de Home Office”.**

En un informe reciente publicado por la marca, Racing Toward The Future of Enterprise Mobility, encontró que los encuestados en el sector de energía, petróleo y servicios públicos (80%), así como aquellos que trabajan en servicios financieros (70%), admitieron que su principal prioridad comercial es otorgar un servicio en tiempo real a través de sus trabajadores en campo.

Oscar, nos puede indicar ¿Qué empresa representa la

oferta de tecnología móvil de SOTI en Bolivia?

Dentro del territorio boliviano trabajamos de la mano de GSH S.A. una compañía internacional especializada en la informatización de las empresas que desde hace más de dos décadas opera en el sector público, y cuenta con la capacidad de ofrecer la gama completa de productos SOTI, actuando con gran versatilidad en las áreas de: **Venta de equipos móviles, Consultoría en proyectos de Ingeniería, Monitoreo y Control remoto de Sistemas Móviles y Proyectos llave en mano.**

GSH S.A., entiende que las soluciones de SOTI responden ante la necesidad de respuestas inmediatas de la MISIÓN CRÍTICA en movilidad de cada empresa, y se adapta a su requerimiento individual, que acompaña un Valor Agregado de servicios disponibles de entrenamiento y soporte, así como todo lo relacionado al costo de la solución.

SOTI, ha destacado por proporcionar soluciones individuales a cada empresa, sin importar su tamaño ni rubro ante diferentes desafíos de la creciente movilidad, ¿cuáles serían las situaciones críticas a considerar dentro de una empresa para evaluar desarrollar un proyecto de tecnología móvil?

Oscar Carazo:

Cualquier empresa que haya invertido en dispositivos móviles y aplicaciones debe contemplar su gestión, ese es el primer paso hacia la madurez en movilidad. Deberían poder crear nuevas apps de forma rápida, distribuirlas de forma eficiente a sus usuarios, aplicar seguridad en todos los puntos de acceso, proteger comunicaciones, datos y contenidos, reducir el tiempo de inactividad, y evaluar y aplicar políticas para crecer en



productividad.

Recomendamos a las empresas con usuarios fuera de sus oficinas o descentralizados de una sola ciudad, ya sea en trabajo de campo, realizando visitas o servicios a clientes, levantamiento de datos, centros de distribución, transporte en ruta, entrega o recepción de mercancía, centros de salud o de educación y con el momento actual, que es importante gestionar accesos y recursos a todos aquellos que se fueron a trabajar desde una PC o MAC.

Oscar, en su experiencia comercial **¿Qué productos SOTI cuentan con mayor demanda en Bolivia?**

SOTI MobiControl es nuestro producto más solicitado. Es una solución completa de EMM con el mejor control remoto de la industria. Lo acompañan SOTI Assist una solución de diagnóstico y Help Desk y SOTI Snap está siendo muy bien recibida por la facilidad para crear aplicaciones móviles sin ser programador. Lo que iden-

tifica todas estas soluciones es que son de fácil uso, intuitivas y pueden trabajar de forma unificada.

Para finalizar ¿En Bolivia que casos de éxito destacan en nuestra región en la implementación de tecnología móvil SOTI?

Hector Pela:

Varios de nuestros clientes a los cuales les proveemos equipos móviles (impresoras, celulares y terminales móviles), han optado por adquirir SOTI MobiControl para administrar, proteger, aumentar su productividad en campo y poder controlar a distancia sus dispositivos móviles. CRE, ENDE (La Paz), ELFEC, JTI Bolivia, SEPSA son algunos de nuestros clientes que a través de MobiControl SOTI, encontraron la herramienta necesaria para acrecentar el rendimiento de sus dispositivos móviles. También y a raíz de la pandemia muchos clientes nos han solicitado información para poder administrar las computadoras de su personal que realiza home office.



LAS 4 TENDENCIAS EXITOSAS PARA EL RETAIL DE 2021

Durante la conferencia de retail NRF National (Retail Federation), presentó 4 tendencias para la industria: experiencias sin contacto, cambios en los hábitos de compra, tecnología para analizar millones de datos y alianzas estratégicas entre negocios chicos con los grandes jugadores del mercado tecnológico.

Microsoft participó en **NRF National (Retail Federation)** con distintas presentaciones, acompañando a socios y clientes y presentando las últimas novedades y tendencias tecnológicas que pueden impulsar el crecimiento del sector.

Para esta empresa, volverse digital es un concepto que consiste en fortalecer el retail inteligente mediante el uso de soluciones digitales, que le ayuden a conocer mejor a sus clientes, a darle mayores y nuevas herramientas a sus empleados, a ofrecer una cadena de abastecimiento y distribución ágil y resiliente para cumplir con las necesidades de sus clientes y redefinir el futuro.

En esta línea, la compañía presentó **cuatro tendencias** que deja un año atípico (y que persistirán en el 2021), atravesado por la pandemia del COVID-19, que transformó la vida de todos:

- Los datos son el nuevo petróleo:

Hoy en día, se generan 40 petabytes de datos sobre el comercio minorista. En un petabyte se pueden almacenar 500 mil millones de páginas de un archivo de texto o 6,7 millones de discos de música formato MP3. Esos datos poseen un valor enorme, pero debido a que el 90% están dispersos y desordenados, es difícil separar la señal del ruido. Por eso, con nuevas tecnologías de Big Data

e inteligencia artificial, toda esta información se puede ordenar y rencausar de otra manera.

Desde llevar a cabo un análisis predictivo que haga recomendaciones inteligentes a los clientes, conectar a los clientes dentro de una tienda o de un sitio web hasta combatir el fraude y las pérdidas. Si los datos se conocen y consideran de manera estratégica, pueden generar negocios, oportunidades de ingresos y una clasificación de consumidores completamente nueva. Por ejemplo, **DICK'S Sporting Goods** (empresa de venta minorista de artículos deportivos importante en EE. UU.) Se asoció hace muy poco con **Microsoft PromoteIQ** para que las marcas pudieran aumentar su visibilidad en el sitio web de DICK'S e interactuar con los clientes de forma más profunda y personalizada. En el primer mes a partir de la implementación, sus ingresos anuales por publicidad de proveedores aumentaron en más del 30%.

- El triunfo es colectivo, la clave son las alianzas:

El trabajo en red donde las alianzas con socios estratégicos es clave para que las tiendas pueda consolidarse en un mercado cada vez más competitivo y con más tecnología. Un estudio muestra que dichas alianzas pueden incrementar los ingresos totales entre el 10% y 15% porque ayudan a los minoristas a adaptarse a las necesidades de los clientes, independiente-

mente del canal de venta. Las alianzas ayudan a que los minoristas han de agregar valor a sus relaciones con los clientes y acceder a habilidades nuevas. Algunas de las alianzas clave que selló Microsoft en los últimos años son:

- **FedEx**, al cual se lo ayuda a mejorar la experiencia comercial de punta a punta.

- **Musgrave** de Irlanda y **Woolworths** de Australia, que implementaron el nuevo concepto scan-and-go (escanear mientras la persona compra) para satisfacer la demanda de los clientes con experiencias sin contacto a medida que las tiendas reabren sus puertas.

- **Columbia Sportswear** logró optimizar a gran velocidad el proceso de compra de sus tiendas gracias a Dynamics 365 Commerce que brinda experiencias seguras para los clientes y los vendedores.

También, se presentaron "*nuevas capacidades de comercio electrónico B2B para Dynamics 365 Commerce. Con capacidades B2C integrales e inteligentes*", cualquier negocio podrá brindar experiencias de compras intuitivas y fluidas a través de una sola plataforma.

- El cuidado del planeta es lo más importante para los consumidores y las marcas:

La sustentabilidad se transformó en un requisito esencial para los consumidores.

De acuerdo con una encuesta, cerca del 67 % de los clientes tienen en cuenta iniciativas sustentables de las marcas cuando realizan compras. Esto ya era una tendencia en alza antes de la pandemia -en el NRF del año pasado se mostró que el 85 % de las prendas de vestir (remeras y similares) terminan en la basura.

Algunas compañías, como Walmart, se comprometieron a lograr cero emisiones antes de finales del 2040. H&M, a su vez, puso como objetivo obtener sus materiales de fuentes sustentables o recicladas antes de que concluya el 2030. En Microsoft, el foco está puesto en ser carbono negativo en el 2030 y reabastecer más agua de la que se consume hacia el mismo año.

- Lealtad, un bien en disputa:

La pandemia desconcertó a la gente. Como resultado, los clientes cambiaron sus patrones de compra: el 75% de los consumidores estadounidenses, por ejemplo, adoptaron hábitos de compra nuevos, tales como cambiar de marcas o de tiendas. A nivel global, el 50% de los consumidores probaron marcas nuevas. Ellos también están comprando más en línea y optando por la entrega sin contacto. Los retails que invirtieron en tecnologías digitales demostraron estar mejor preparados para adaptarse a este cambio y mantenerse más cerca de sus clientes mientras atraen a nuevos.

IMPARABLE, EL PRECIO DE BITCOIN SUPERA LOS 50.000 DÓLARES

Se presenta un fenómeno financiero tras la continua alza del Bitcoin y alcanza un record histórico de 50.389 dólares. Todo parece indicar, que la criptomoneda será parte de la futura economía mundial.

Vuelve a destacar como noticia, el interés por las criptomonedas sigue en su alza. Este martes 16 de Febrero, a horas 13:32 (hora peninsular española), su valor subió en un 3% y alcanzó un record histórico de 50.389 dólares, según informó [CNBC](#).

Esta nueva subida del valor de Bitcoin genera dudas sobre lo que puede ocurrir en el futuro. A finales de 2018, recordemos, la criptomoneda se disparó a casi 20.000 dólares. Sin embargo, perdió más del 80% de su valor al año siguiente. Los expertos aseguraron que dicho crecimiento fue impulsado por una fuerte especulación minorista, pero la situación, según estos, sería diferente en esta ocasión.

Armando Vargas, encargado de Hyperledger Bolivia,

comentó a TeleinfoPress que *"Tanto inversores institucionales (Microstrategy, Grayscale, Tesla) como personas tienen cada vez más clara la alternativa de Bitcoin como un activo de refugio de valor seguro y accesible. Si bien se pueden dar correcciones en su precio en un corto plazo (la última fue del 25%), los fundamentos del mercado de hoy comparados con los de 2018 dan la seguridad de que una caída de un 80% del precio es virtualmente imposible."*

La recuperación se dio en un momento en el que la Reserva Federal de los Estados Unidos se mantiene desde marzo de 2020, donde en sus [tipos de interés estaban en casi cero](#) y grandes empresas e instituciones financieras mostraron un interés cada vez mayor hacia las criptomonedas.

El interés por las criptomonedas se sigue disparando. Sin duda se trata de otro signo de recuperación en el aumento de la moneda digital, que en Enero de este año, el precio de un Bitcoin se ubicaba por debajo de los 33.000 dólares.

El bitcoin ha ganado 72% en lo que va del año. Algunos de los actores más importantes del sector financiero y empresarial están decididos a apoyar las criptomonedas, y ya lo hemos visto reflejado en algunas de sus acciones.

En gran medida, el impulso del alza se muestra con mayor fuerza por la inversión que realiza Tesla hace días, en buena parte después de que el fabricante de autos eléctricos **Tesla** indicara que compró 1,500 millones de dólares en bitcoin y que aceptará

la divisa como pago por sus autos. Sin embargo, no fue la única que se posicionó favorablemente alrededor de la criptomoneda. **MasterCard**, el gigante de los servicios financieros, también aseguró que su red de pagos será compatible con algunas monedas digitales.

Michael Saylor, Director ejecutivo de MicroStrategy, una compañía que compró Bitcoin por primera vez en agosto, cree que esta moneda es mucho más estable que hace tres años. *"Solía estar dominado por comerciantes minoristas apalancados... en mercados internacionales con mucho apalancamiento"*, dijo a CNBC. Sin embargo, son muchos los que la consideran como un activo especulativo y temen que actualmente se esté produciendo una burbuja de mercado.



MICROSOFT ANUNCIA OFFICE 2021 PARA CONSUMIDORES Y OFFICE LTSC PARA EMPRESAS

Microsoft ha anunciado la llegada de nuevas versiones de Office 2021 para empresas y consumidores en los próximos meses. Estas suites ofimáticas están pensadas para incorporar las últimas novedades para aquellos que no quieran suscribirse a Office 365 y la nube de Microsoft.

Microsoft sigue trabajando constantemente en el desarrollo de su suite ofimática, y así acaba de anunciar la que será la nueva versión: **Office 2021** para consumidores y **office LTSC (Canal de Servicio a Largo Plazo)** para empresas que incluirá mejoras de accesibilidad, soporte del modo oscuro para múltiples aplicaciones y mejoras de rendimiento en Word, Excel, Outlook y Power Point.

Se calcula que estará disponible para abril. De momento Microsoft, indicó que se basará en ofrecer las novedades desarrolladas en los últimos meses y las próximas a cambio de una licencia fija y única, sin necesidad de pagar una suscripción para los que rechazan la nube.

Esta nueva versión solo será interesante para aquellos usuarios que les gusta tener en su poder una licen-

cia de una versión concreta del programa. Los suscriptores de Office 365 tendrán ya todas las novedades que traerá esta suite. Dado que estas versiones se crean en paralelo para ofrecer a los usuarios una **alternativa a la nube de Office 365**, no hay muchas novedades con respecto a lo que ya se sabía y disponible en Office 365. Es decir, se esperan cambios importantes en la interfaz que no se conozcan ya.

Tanto la versión comercial como la de empresas tendrán versiones para los sistemas MacOS y Windows y será compatible con 32 y 64 Bits. Microsoft ha instaurado este modo en su versión Office 365 previamente y se suma así a la tendencia de sistemas operativos e importantes Apps que ya lo han incorporado en los últimos dos años.



EN SU MAYORÍA EL MALWARE SE ENTREGA A TRAVÉS DE APLICACIONES EN LA NUBE

El informe de Netskope revela que los ciberdelincuentes siguen apuntando a las aplicaciones en la nube de confianza para realizar ataques de phishing y malware a medida que aumenta el uso de la nube con el trabajo remoto.

Este febrero se presentó una nueva edición de **Netskope Cloud and Threat Report**, el informe que analiza las tendencias más interesantes sobre el uso de servicios y aplicaciones en la nube para empresas, las amenazas en la web y en la nube, y las migraciones y transferencias de datos en la nube.

Como principal conclusión, el estudio destaca que la **mayoría de todo el malware se entrega ahora a través de aplicaciones en la nube** lo que evidencia cómo los atacantes abusan cada vez más de los servicios en la nube más populares para evadir las defensas de seguridad heredadas, poniendo los datos corporativos en un riesgo mayor.

“Mientras que a nivel empresarial se puede pensar que la mayor amenaza para las organizaciones proviene de los servicios en la nube menos conocidos y de apariencia obviamente dudosa, son en realidad las aplicaciones en la nube más confiables y populares de las que los ciberdelincuentes están abusando para el phishing en la nube y la entrega de malware”, expresó **Paolo Passeri, Director de Inteli-**

gencia Cibernética en Netskope: *“Las empresas requieren de una visibilidad del contenido y del contexto del uso de las aplicaciones en la nube, además de asegurarse de que son capaces de aplicar controles de políticas granulares para lograr un uso óptimo de las herramientas de productividad que son fundamentales para su TI, sin dejarse exponer a estos riesgos”.*

Entre las **conclusiones clave** tomadas a partir de datos anónimos recogidas por la plataforma Netskope Security Cloud a través de millones de usuarios, desde el 1 de enero de 2020 hasta el 31 de diciembre de 2020, las conclusiones clave del informe incluyen:

- **El uso de la nube va en aumento.** En 2020, el número de aplicaciones en la nube en uso por empresa aumentó un 20%. Las organizaciones de entre 500 y 2000 empleados utilizan una media de 664 aplicaciones en la nube distintas al mes. De ellas, casi la mitad tienen un Índice de Confianza en la Nube™ (CCI) “pobre”, una medida pionera de Netskope para determinar la idoneidad de un servicio en la nube para la empresa.

- **La distribución de malware sigue trasladándose a la nube.** El 61% de todo el malware se distribuye a través de una aplicación en la nube, frente al 48% del año anterior.

- **La popularidad de las aplicaciones en la nube** en la empresa **los convierte en objetivo de los ataques de phishing.** Las aplicaciones en la nube son ahora el blanco de una de cada tres (36%) campañas de phishing. Aunque la mayoría de los señuelos de phishing siguen alojados en sitios web tradicionales, los atacantes utilizan cada vez más las aplicaciones en la nube para ganar terreno en las organizaciones.

- **El volumen de documentos maliciosos de Microsoft Office aumentó en un 58%.** Los atacantes utilizan cada vez más los documentos fraudulentos de Office como troyanos para entregar cargas útiles de la siguiente etapa, incluyendo ransomware y backdoors. Utilizando la entrega de aplicaciones en la nube para evadir las defensas heredadas del correo electrónico y la web, los documentos mali-

ciosos de Office representan el 27% de todas las descargas de malware detectadas y bloqueadas por la plataforma Netskope Security Cloud.

- **Los datos sensibles en las aplicaciones personales siguen creciendo.** A medida que el trabajo y la vida familiar se fusionan en la fuerza de trabajo remota, las instancias de aplicaciones personales en la empresa aumentan, con un 83% de usuarios que acceden a instancias de aplicaciones personales desde dispositivos corporativos. El usuario medio de la empresa sube 20 archivos a las aplicaciones personales cada mes desde estos dispositivos gestionados. El uso de aplicaciones personales en la empresa aumenta en gran medida la probabilidad de que los datos se manejen mal o se filtren.

El informe, fue elaborado por **Netskope Threat Labs**, un equipo compuesto por los principales investigadores de malware y amenazas en la nube del sector que constantemente trabajan en descubrir y analizar las últimas amenazas en la nube que afectan a las empresas.



BOLIVIA RETOMA LA PRODUCCIÓN DE COMPUTADORAS A TRAVÉS DE QUIPUS

El presidente de Bolivia Luis Arce, anunció este febrero que “retomará” la producción de computadoras a través la empresa estatal de equipos tecnológicos Quipus, para su distribución a docentes y estudiantes.

Durante la inauguración de la gestión educativa 2021 en San Andrés (Tarija), el Presidente Luis Arce, indicó que el Gobierno retomará la producción de computadoras de la empresa estatal “Quipus” para apoyar la educación tras las decisiones tomadas en consecuencia de la pandemia.

Anteriormente Quipus, producía equipos como notebooks de 5 pulgadas (Kuaa), tablets de 7 pulgadas (Kuti), de 10 pulgadas (Kunnan); y laptops de 5 pulgadas (Siwi), como también teléfonos celulares.

“Vamos a retomar la producción de computadoras para

distribuir y reiniciar nuevamente la distribución a docentes y estudiantes de estas computadoras”, afirmó el mandatario. Asimismo recordó que desde el Gobierno del ex presidente Evo Morales una de las políticas era que todos los maestros y estudiantes cuenten con una computadora, con el objetivo de mejorar su calidad

educativa.

“Nos importa la educación, estamos mejorando la calidad educativa, porque mañana nuestros estudiantes serán los futuros ministros de Educación, de Economía y futuros presidentes”, aseguró el mandatario finalizando su discurso de inauguración del año escolar 2021.

LA PLANTA SOLAR FOTOVOLTAICA DE ORURO, INCREMENTA SU POTENCIA A 100 MEGAVATIOS (MW)

La Unión Europea dona \$ 14 millones para la expansión de la Planta Solar Fotovoltaica de Oruro y el desarrollo de energías limpias. En el conjunto del proyecto (fase I y II), se tiene instalados 300 mil paneles tipo policristalino con capacidad de 330 Watts cada uno, sobre 208 hectáreas y a más de 3.735 metros sobre el nivel del mar, se considera la más alta del mundo, con una radiación que triplica la de Alemania.

La **Planta Solar Fotovoltaica de Oruro**, incrementará su potencia a 100 megavatios (MW) con el inicio de la operación comercial de la fase II del proyecto más grande del país en su tipo. Además de la Planta Solar Fotovoltaica de Oruro, Bolivia cuenta con varias plantas solares, entre ellas: la Planta Solar Cobija en Pando que genera 5 MW, la Planta Solar Yunchará en Tarija con la producción de 5 MW, la Planta Solar de Uyuni en el departamento de Potosí con 60 MW y otras de menor potencia instalada como las construidas en Remanso y El Sena.

El Altiplano cuenta con los más altos niveles de radiación solar del altiplano para

la generación de energía limpia, las plantas que se desarrollen en la implementación de energías renovables contribuirán al cambio de la matriz energética del país y a mejorar las condiciones para la universalización del acceso al servicio de electricidad. Actualmente el 50% de la electricidad que se distribuye en el país proviene de fuentes renovables o alternativas.

El proyecto de la Planta Solar Fotovoltaica de Oruro, es actualmente financiado por la Agencia Francesa de Desarrollo (AFD), la Unión Europea (UE) y un crédito del Banco Central de Bolivia (BCB) para el desarrollo de energías limpias.

Con esta obra, Oruro se con-

vierte en un departamento generador de energía limpia y cubre el 100% de su demanda energética.

La radiación en Bolivia es dos a tres veces más alta que la de Alemania. Con el inicio de la operación comercial de la fase II del proyecto más grande del país, la Planta de Oruro incrementará su potencia a 100 megavatios (MW). El evento fue destacado con la presencia del **Presidente de la República, Luis Arce Catacora**.

Durante el evento, el Primer Mandatario realizó la entrega de la segunda fase de la Planta Solar Fotovoltaica Oruro que garantiza energía limpia para el desarrollo de

la ciudad de Oruro contribuyendo al desplazamiento del consumo de gas natural en la generación de electricidad *"Empezamos esta planta con la producción de 50 MW y hoy estamos inaugurando ya para alcanzar los 100 MW. El departamento de Oruro tiene absolutamente garantizada la producción de energía que consume"*.

El embajador de la Unión Europea (UE) en Bolivia, Michael Dóczy, realizó la conclusión de la planta fotovoltaica y el potencial de Bolivia en el sector. Aseguró que éste *"es un ejemplo de cómo se pueden aprovechar las energías alternativas renovables, que reduzcan los efectos negativos del cambio climático"*.





Erika Araujo
Directora de Canales, Ecosistemas y
Ventas de América Latina HPE

HPE NOMBRA DIRECTORA DE CANALES, ECOSISTEMAS Y VENTAS DE LATINOAMÉRICA

HPE eligió a Erika Araujo como su nueva Directora de Canales, Ecosistemas y Ventas de Latinoamérica. Y será responsable de las diferentes alianzas que complementan el portafolio de la empresa.

Hewlett Packard Enterprise, hizo público el nombramiento de **Erika Araujo como Directora de Canales, Ecosistemas y Ventas de América Latina** este mes de febrero. El cargo tiene como objetivo habilitar al canal en la región para lograr su crecimiento en ventas y rentabilidad con las soluciones de la empresa.

La responsabilidad de la ejecutiva, serán las responsabilidades que incluye la relación comercial con las diferentes figuras del canal

como Mayoristas, Resellers, VARs, Proveedores de Servicios e Integradores de Sistemas, así como las diferentes alianzas que complementan el portafolio de la empresa.

En su trayectoria profesional, hace 15 años, Erika Araujo se unió a la empresa formando parte del departamento de Recursos Humanos, tomando más tarde posesión del cargo de **Estrategia y Planificación de Ventas** para Brasil y más adelante para todo Latinoamérica.

La experiencia de Erika responde a un conocimiento pleno del mercado y la relevancia que tiene para el negocio de HPE el ecosistema de canales. Su trayectoria y experiencia en **planificación estratégica de negocios** y en la definición de procesos comerciales, confirman el compromiso que tiene con la comunidad de Canales de la industria para trabajar en conjunto y evolucionar el modelo de negocio de las empresas en la región.

"HPE tiene un compromiso inigualable con el canal, seguiremos trabajando e innovando en nuestros programas, para impulsar el crecimiento de la empresa en el mercado as-a-service a través de nuestros socios, aprovechando toda nuestra cartera, y ampliando nuestra cobertura a nuevas cuentas y marcas. Continuaremos trabajando con los canales muy de cerca para infundir la confianza y lealtad en esta comunidad", señaló Erika Araujo.



Red Hat

SANDRA VAZ

DIRECTORA DE SOCIOS Y ALIANZAS
GLOBALES PARA AMÉRICA LATINA

SANDRA VAZ ES LA NUEVA DIRECTORA DE SOCIOS Y ALIANZAS GLOBALES LATAM EN RED HAT

El proveedor de soluciones ´open source` Red Hat, anunció el nombramiento de Sandra Vaz, como nueva Directora de Socios y Alianzas Globales para América Latina. Desde esta función, cumplirá la responsabilidad de administrar y desarrollar canales y alianzas estratégicas en la región de Latinoamérica, fomentando el crecimiento sostenible de Red Hat y sus socios comerciales, buscando innovar y desarrollar.

Con más de 30 años de experiencia en la industria de TI, la ejecutiva brasilera, ha trabajado en grandes empresas como SAP, Oracle y Bull, en las que llevo adelante funciones de ventas, estrategias de socios y alianzas. Además, lidero con su experiencia y capacidad nuevas ´startups` tecnológicas` para hacer crecer negocios en Brasil y Latinoamérica.

Paulo Bonucci, Vicepresidente y Director General de Red Hat Latin América, resaltó que se encuentra muy contento por el nombramiento de la ejecutiva y acotó: "Red Hat ha estado creciendo a un ritmo muy

rápido en Latinoamérica y el ecosistema de socios y alianzas es un pilar fundamental para este éxito. Tenemos planes de inversión agresivos para impulsar nuestro crecimiento aún más rápido".

Por su parte, la flamante directora Sandra Vaz, comentó

estar muy entusiasmada por el liderazgo asumido. Y dijo; "Fortaleceremos nuestro ecosistema de socios en toda la región para acelerar la adopción de soluciones innovadoras de código abierto y la creación de un entorno para el crecimiento sostenible para Red Hat y sus socios".

estar muy entusiasmada por el liderazgo asumido. Y dijo; "Fortaleceremos nuestro ecosistema de socios en toda la región para acelerar la adopción de soluciones innovadoras de código abierto y la creación de un entorno para el crecimiento sostenible para Red Hat y sus socios".

**SAP**

Cristina Palmaka,
Presidenta de SAP Latino
América y Caribe

**SAP
ALCANZÓ**

**22º TRIMESTRES
CONSECUTIVOS DE
CRECIMIENTO EN LA NUBE**

SAP acaba de publicar los resultados financieros del año fiscal 2020 en América Latina, cerrando un año caracterizado por enormes retos, donde reportó 22 trimestres consecutivos de crecimiento en su negocio en la nube.

tó SAP Cloud Platform y SAP Analytics Cloud para optimizar sus gastos a través de una estrategia de benchmark interna que le permitirá comparar los costos operativos en sus más de 320 tiendas y transformar la eficiencia de sus recursos financieros de manera rápida y precisa.

“Si hay algo que aprendimos con creces en el 2020 es que las empresas latinoamericanas somos resilientes. Al adaptarnos con velocidad a los cambios que se nos presentan, por más abruptos que sean, podemos salir más fortalecidos y volvernos más eficientes para enfrentar los retos que siguen”, expresó **Cristina Palmaka, Presidenta de SAP Latino América y Caribe.** *“Es muy satisfactorio sentir que cumplimos con nuestra misión al apoyar a las empresas en su continuidad operativa. Nuestro compromiso con los 50.600 clientes de SAP la región es continuar apoyándolos en su transformación y acompañándolos en alcanzar el siguiente nivel de excelencia y competitividad”,* concluyó.

En su nueva presentación en la nube, SAP S/4HANA Private Cloud Edition fue recientemente lanzada como parte de la oferta *“RISE with SAP”* que refuerza sólidamente la transición a la nube y traza el camino hacia un modelo holístico de la empresa inteligente.

Uno de los primeros 100 clientes en el mundo en tomar ventaja de la oferta piloto y adoptar SAP S/4HANA Private Cloud Edition fue la start-up chilena de alimentos preparados con innovación tecnológica **Not Company (NotCo)**, que utiliza inteligencia artificial para crear productos de consumo sustentables de origen vegetal. La start-up eligió esta plataforma en la nube

para transformar y automatizar los procesos de negocios y analíticos con datos clave e información en tiempo real para una mejor planificación y una toma de decisiones óptima.

Grupo Martí, empresa líder en venta de artículos deportivos en México, revoluciona su estrategia tecnológica con la adopción de SAP S/4HANA Private Cloud Edition. Con esto, Grupo Martí fortalece la propuesta de valor para sus clientes, permitiéndole una mayor visibilidad en el viaje del consumidor y ofrecer así una mejor experiencia de compra en todos los canales. De igual forma, la compañía podrá unificar sus operaciones financieras para tomar mejores decisiones en tiempo real.

Otro gran desafío que presentó el 2020 fue mantener las cadenas de valor y abastecimiento en funcionamiento. En ese sentido, SAP Ariba se posicionó como una solución imprescindible y así lo expresa su crecimiento a triple dígito durante el año completo.

Ecopetrol, empresa líder en la industria de hidrocarburos en Colombia, adoptó **SAP Ariba y SAP Fieldglass** para automatizar y estandarizar sus procesos de compras. El objetivo es mejorar la eficiencia, la visibilidad y el cumplimiento de regulaciones mientras se reducen costos y riesgos. La compañía se cuenta entre los adoptantes de **SAP HANA Enterprise Cloud.**

B3 S.A., en Brasil, Bolsa, la bolsa de valores más grande de Latino América igualmente incorporó SAP Ariba para mejorar sus servicios de adquisiciones, agilizar las comunicaciones con los proveedores y brindar autonomía a las áreas comerciales.

Otra gran tendencia que dejó el año pasado es un cambio de paradigma en el cual el cliente se volvió más

relevante que nunca. En ese contexto, las ventas de soluciones de gestión de la experiencia del cliente **SAP Qualtrics** crecieron a doble dígito durante 2020. No es de extrañar que la multinacional mexicana CEMEX, con operaciones en más de 100 países y líder global en materiales de construcción adoptara SAP Qualtrics para ganar visibilidad en tiempo real de sus indicadores de NPS en todos sus canales de venta y reaccionar de manera rápida al feedback de sus clientes.

Telecom, la principal empresa de telecomunicaciones y entretenimiento de Argentina, también sumó SAP Qualtrics para transformar las vivencias de sus clientes, agilizar sus procesos, lanzar productos en apenas semanas y obtener informes, analizarlos y distribuirlos a zonas específicas en unas pocas horas.

“Definitivamente, el pulso del crecimiento de SAP en la región estuvo marcado por aquellas soluciones relacionadas directamente con la continuidad operativa de las empresas durante la contingencia, como ocurrió con el portafolio de la nube o con las herramientas de abastecimiento de SAP Ariba y Digital Supply Chain, pero también con la modernización y la transformación para aprovechar las oportunidades del nuevo escenario, tal como se visualiza con nuestras tecnologías de punta o con las propuestas de experiencia del cliente”, indicó **Sonja Simon, CFO de SAP Latinoamérica y el Caribe.**

A nivel global, SAP excedió todas sus metas financieras revisadas en 2020 y alcanzó el límite superior de su rango revisado de perspectivas de ganancias operativas, según se puede ver en el **comunicado de prensa global de SAP.** En el año completo 2020, la empresa reportó un crecimiento de 18% en moneda constante (Non-IFRS) por ingresos de la nube.

Algunos segmentos relacionados con la continuidad del negocio durante la pandemia, como las soluciones de abastecimiento y de gestión de la experiencia del cliente, mostraron incrementos muy significativos

“Y es que las soluciones cloud resultaron esenciales para garantizar la continuidad de muchos negocios, responder con agilidad a sus clientes y sentar las bases para competir mejor en el futuro”, resalta SAP en su reporte. No en vano IDC estima que el 75% de las empresas de América Latina migrarán a plataformas en la nube dos veces más rápido que antes de la pandemia.

Un buen ejemplo que presenta la marca es **Telefónica**, la multinacional española de telecomunicaciones que opera en Brasil bajo la marca Vivo, la cual expandió su portafolio en la nube de **SAP Customer Experience** para vender productos en línea a sus clientes corporativos, con un catálogo robusto y un sistema de gestión de pedidos altamente eficiente.

Por otra parte menciona al grupo mexicano de tiendas de autoservicio **Chedruai** tampoco se quedó atrás al adoptar soluciones en la nube. La empresa con más de 60 años en el país adop-

DELL TECHNOLOGIES ELIGE A GUSTAVO RIPOLL PARA VP DE LA REGIÓN MCLA

Dell
Support
Services



GUSTAVO RIPOLL
VICE PRESIDENTE PARA LA REGIÓN
MULTI-COUNTRY LATIN AMERICA DELL

La multinacional Dell Technologies anunció el nombramiento de Gustavo Ripoll como su nuevo Vicepresidente para la región Multi-Country en Latin America, que está integrada por los territorios de Centroamérica, Caribe, Andino y Cono Sur.

En su nuevo rol, **Gustavo Ripoll** es el elegido para desempeñarse como nuevo Vice Presidente para la región **Multi-Country Latin America** (MCLA, por sus siglas en inglés), con una trayectoria de más de 20 años de experiencia en el sector.

Ripoll, estará a cargo de liderar la estrategia de ventas de Dell Technologies en esta región y potenciar la marca

para llegar a más clientes en América Latina y seguir creciendo en la región.

"Latinoamérica es prioritaria para el crecimiento de Dell Technologies a nivel global. Al consolidar estas tres regiones apuntamos a acercar y amplificar las buenas prácticas de los equipos de ventas que ya hacen una gran labor en los países", indicó el ejecutivo en el marco de su nombramiento.

Ripoll, cuenta con un amplio reconocimiento en varias empresas del sector. Es egresado de la Universidad de Belgrano (Argentina), ha sido consultor y socio de la firma Harte-neck, López y Cía (Coopers & Lybrand), pasando a ser socio Pricewaterhouse Coopers (PwC) en el año 2000 luego de un proceso de fusión.

Ocupó el cargo de Director de Sector Público para el Cono

Sur en Microsoft, en 2003, como Country Manager para Argentina y Uruguay hasta finales de 2008. Pasando a ser parte de la familia Dell en el puesto de Country Manager de las operaciones de la compañía en Argentina, Paraguay y Uruguay. Y posteriormente en 2013, fue ascendido a Vicepresidente de Dell Technologies para Centroamérica y el Caribe, desde la ciudad de Panamá.

LICENCIAS ONLINE Y EXAGRID EXPANDEN SU COBERTURA EN LA REGIÓN



ExaGrid, cuenta con presencia estable en Chile y a partir de Enero inició su comercialización también en Uruguay, Paraguay, Bolivia, Perú, Ecuador y Colombia, y planean seguir sumando países a través de Licencias OnLine.

El modelo de ExaGrid es vender a través de canales. Para ello, la marca confía en Licencias Online para articular buenas acciones de marketing, actualizar, certificar y motivar a los mejores canales.

Al respecto, **Carolina Losada, CEO de Licencias OnLine**, remarcó la importancia de esta alianza con el fabricante: “Desde LOL, nos interesamos por soluciones que ayuden a los clientes a proteger y administrar sus datos, dado que como nunca, éstos son uno de los activos más importantes de las empresas. En ese sentido, vemos en la marca una oportunidad para agregarle valor a nuestros canales”.

“Brindamos una solución para backup storage única en el mercado, distinta a todo lo demás”, agregó **Francisco Della Paolera, Territory Sales Manager - South Latam de ExaGrid**. “Más performante, más efectiva,

más inteligente en su concepción y arquitectura”.

Según detalló el vocero, el **NPS de ExaGrid es de +73 puntos (va de -100 a +100), “un índice excelente que duplica o triplica al de nuestra competencia, e indica qué tan satisfechos están nuestros clientes con el producto, el soporte, y cuánto recomendarían ExaGrid a sus referidos”.**

En cuanto al tipo de clientes para el que está enfocado la marca, explicó: “**El cliente de ExaGrid es una empresa grande o mediana, que tiene altos niveles de disponibilidad de la información o tiene que cumplir exigentes SLAs.** Cuanta más información tenga que resguardar, y por más tiempo, mejor para ExaGrid. También tenemos otro tipo de clientes con necesidades específicas: respaldo de bases de datos directo, protección contra ransomware o necesidades de rápida recuperación de los datos”.

Vinculado con lo anterior, y teniendo en cuenta que el gran desafío para los clientes es recuperar los datos necesarios en forma rápida, independiente del evento o problema ocurrido, la solución que adopten debe ser un sistema tolerante a fallas y altamente performante, para que la recuperación sea en el menor tiempo posible. “Eso se puede lograr solo con ExaGrid”, destacó Della Paolera. “**La solución se integra perfectamente con todos los softwares de backup del mercado y puede restaurar los datos en minutos o segundos.** A su vez, facilita mucho la rápida copia a cinta, en caso de ser necesaria”, agregó.

Por último, planteó: “Recientemente hemos liberado una nueva versión con importantes mejoras. Por ejemplo, una innovadora protección contra ransomware. El roadmap tecnológico se guarda bajo cuatro llaves, pero seguramente en el futuro

ExaGrid nos seguirá sorprendiendo con más funcionalidades diferenciadoras”.

Respecto a la estrategia de **Equipo con cobertura regional**. El distribuidor y la marca, en pos de brindar un servicio completo de valor agregado a sus partners, pone a disposición un equipo calificado de profesionales para tener cobertura regional.

En el caso de la marca, los ingenieros **Rodrigo Leiva** brindará soporte desde Perú hacia el sur, y **Alejandro Caycedo** desde Ecuador hacia el norte, brindando soporte desde lo técnico a los requerimientos del canal. Desde el lado de Licencias OnLine, el equipo regional está compuesto por **Grecia Rojas**, en Chile, **María José Da Rosa**, en Paraguay y Bolivia, **Liliana Buso** en Uruguay, **Jennifer Canales** en Perú, **Dayana González**, en Ecuador y **Fabio Castiblanco** en Colombia.

B2B

ACCENTURE Y VMWARE LANZAN UN NUEVO GRUPO EMPRESARIAL

En el fin de apoyar a las organizaciones a adoptar una estrategia de la 'nube primero', incentivando la innovación y nuevos modelos de negocio, la multimillonaria inversión en Accenture VMware Business Group acelerará la adopción de la nube a escala y la creación de aplicaciones modernas.

Accenture y VMware Business Group, representa una nueva inversión multimillonaria que ya lleva varios años de coordinación entre ambas empresas, con una relación que data de más de dos décadas.

El nuevo grupo empresarial reúne a profesionales dedicados con amplia experiencia en la nube híbrida y migraciones a la nube, modernización de aplicaciones y nativas de la nube y seguridad a través de industrias claves. Con el respaldo de aproximadamente 2,000 profesionales de la nube de Accenture capacitados en productos y servicios de VMware, Accenture VMware Business Group ayudará a los clientes a aprovechar las poderosas capacidades y elasticidad de la nube, que se ha vuelto esencial para escalar rápidamente los servicios comerciales, operar de forma eficiente y permitir la innovación a escala.

Este nuevo grupo empresarial salió de **Accenture Cloud First**, que lanzó en el 2020 con una inversión de tres mil millones de dólares para desarrollo de nuevas capacidades, soluciones, asociaciones y participación de los clientes logrando ayudarles a dar forma, mover y operar sus nego-

cios desde la nube.

*"La nube es la herramienta más poderosa para dominar el cambio", afirmó **Julie Sweet, Directora Ejecutiva de Accenture**. Y acotó "A medida que las organizaciones aceleren su transición a la nube y a la periferia en los próximos años, Accenture VMware Business Group ayudará a proporcionar la velocidad, escala y seguridad que necesitan para reinventar fundamentalmente sus negocios y crear más valor".*

Las dos compañías desarrollarán soluciones industriales verticales prediseñadas, con plataformas para ayudar a las compañías de telecomunicaciones a acelerar el despliegue de 5G y otros servicios de informática de periferia. **Accenture VMware Business Group** invertirá en operaciones conjuntas de comercialización y ventas, adiestramiento y capacitación de más profesionales de Accenture en tecnologías VMware y el desarrollo de nuevos servicios, activos y aceleradores.

Pat Gelsinger, ex Director Ejecutivo de VMware; comento que *"Para satisfacer las demandas del entorno comercial sin precedentes de hoy en día, las or-*

ganizaciones deben emplear una estrategia de nubes múltiples, más rápido que nunca". Acotó también; "Cada vez más, los clientes ejecutan sus aplicaciones en una o más nubes, centros de datos y periferia, y Accenture VMware Business Group reunirá a equipos de clase mundial y la experiencia necesaria, con velocidad, agilidad y resiliencia que las organizaciones exigen, hoy y mañana".

Como otra parte de esta multimillonaria inversión la asociación lanzará, **VMware Cloud Migration Factory**, con la misión específica en migrar cargas de trabajo informáticas a la nube de manera rápida, segura y confiable, con el uso de procesos altamente automatizados perfeccionados en la migración y modernización de miles de aplicaciones, ofrecerá a los clientes acceso a un entorno controlado y recursos dedicados para planificar, probar, migrar y modernizar aplicaciones a escala a su nube pública, privada y/o híbrida preferida, reduciendo el riesgo de mover cargas de trabajo de VMware y con mayor velocidad de generación de valor.

Claudio Bianchi, Director de Información de Kiko Milano, *"Embarcarnos en nuestro 'viaje*

a la nube' es parte de nuestra estrategia central para navegar con éxito en el mercado, ofreciendo una experiencia de marca innovadora e impulsando las capacidades de comercio electrónico, mientras se mantiene la flexibilidad y la velocidad adecuadas para responder a los nuevos desafíos".

También dijo que *"Han logrado posible que Kiko Milano traslade toda nuestra infraestructura de TI a la nube en tiempo récord. Estamos seguros de que Accenture VMware Business Group puede ayudarnos en el futuro para acelerar aún más nuestras capacidades para salir al mercado".*

*"La pandemia trajo consigo una nueva 'normalidad' para las organizaciones, una en la que necesitan acelerar el uso de la nube para modernizar el negocio y servir como base para la innovación", acotó **Rick Villars, Vicepresidente de Investigación Mundial de IDC**. "Reconocen que la nube pública, privada e híbrida desempeñan un papel fundamental en esta transición y requieren socios de tecnología en la nube y proveedores de servicios que puedan ejecutar las estrategias y proporcionar las habilidades necesarias para impulsar esta transformación más rápido que nunca".*

emBlue'

Hacemos que la
omnicanalidad sea simple

Marketing automation, email, sms,
push notifications y más.



www.embluemail.com



[/embluemail](https://www.instagram.com/embluemail)



TELEINFO*press*