



 itseller.bo



INFORME ESPECIAL

IMPRESIÓN Y DIGITALIZACIÓN

Eficiencia y seguridad
en la gestión documental

Sumario

ABRIL 2022

INFORME ESPECIAL

Impresión y digitalización de documentos 6

- 22 Bomesco: “Con nuestras marcas este 2022 creceremos en posicionamiento y fidelización”**
- 26 EH Tecnología: “Nos apoyamos en marcas líderes y en tener eficientes soluciones para nuestros clientes”**
- 30 Kyocera: “Queremos acompañar de cerca a nuestros clientes en la transformación digital”**
- 34 Wacom: “En Bolivia hay mucho potencial para desarrollar nuevos productos como el nuestro”**
- 38 Canon: “Bolivia es un mercado muy productivo que demandaba nuestros equipos”**
- 42 Datec: “Los clientes entienden que la digitalización permite ahorrar y optimizar la carga de trabajo”**
- 46 Lexmark: “Hay expectativas muy altas para el mercado boliviano”**
- 51 Nexsys: “Adobe es la herramienta que más potencia hoy en la transformación digital”**
- 56 Kodak Alaris: “Latinoamérica tiene un gran potencial para la transformación digital”**

Director Ejecutivo
Juan Carlos Ledezma
jledezma@mediaware.org

Editor
Leonardo Barbieri
lbarbieri@mediaware.org

Director
Matías Perazzo
mperazzo@mediaware.org

Para publicar en este medio:

bolivia@mediaware.org

www.itseller.bo/publicue

La empresa editora no se responsabiliza por las opiniones o conceptos vertidos en los artículos, entrevistas y avisos.

Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización.

Edita, comercializa y distribuye:



La Paz - Bolivia

TECNO PYMES
innovación y liderazgo empresarial

 **itseller**

EN REVIEW

Reduzca el impacto en el medio ambiente y mejore sus resultados

Lexmark brinda soluciones sostenibles a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, desde un diseño durable hasta un uso eficaz y reciclaje responsable.



Obtenga más información, contáctenos
Graciela Correa, Product Manager - Lexmark
gcorrea@datec.com.bo. (591 7) 660- 2292


DATEC
Tecnologizamos tu mundo

 **Lexmark**[™]



Eficiencia y seguridad en la gestión documental

Como consecuencia de la crisis desatada con la pandemia, la demanda de impresoras y equipos multifunción hogareños se disparó debido al auge del home office y las clases online, llegando al punto de provocar falta de abastecimiento. Para este año, las empresas encuestadas confían en una recuperación del mercado corporativo, impulsado especialmente por la imperiosa necesidad de la digitalización de procesos.



Sin dudas algo cambió luego de dos años de pandemia, no solo para el mundo físico, sino también para el digital, ya que nuevas modalidades de trabajo reformularon el ambiente laboral y el “home office” se impuso como una nueva manera de encarar proyectos.

A la transformación de las oficinas, las reuniones por videollamadas y todo lo referente al trabajo remoto, se le sumaron también cambios necesarios en el manejo de documentos, a través de sistemas de impresión, copiado y la digitalización, palabra que se puso de manifiesto en el último tiempo y que describe hacia dónde va hoy el mundo del trabajo.

Es por eso por lo que las empresas están transformando también algunos modelos de negocios en base a las necesidades de sus clientes y, en parte también, por la concientización que trae aparejado la no utilización del papel para el cuidado del medio ambiente, que también repercute en una reducción de costos.

Por eso hoy no solo se trata de contar con una impresora para plasmar en papel ciertos documentos seleccionados por el usuario de una empresa, sino que también es vital acceder a herramientas que permitan organizarlos, sin perder tiempo en ese proceso.

“La aceleración de la transformación digital producto de la pandemia hizo que las empresas valoren más no solo una herramienta de digitalización sino cómo ésta nos permite realizar una completa gestión documental.”

Roy Flores, Retail Specialist de Epson.

“Si bien la pandemia generó una crisis económica en la región, también es cierto que aceleró la transformación digital en el rubro de tecnología, elevando la demanda de impresoras tanto a nivel empresarial como a nivel de usuario final, producto del home office, ‘homeschooling’ y el teletrabajo.”

"Nos sentimos satisfechos de poder ayudar a muchos hogares y empresas a poder incorporar tecnología confiable que les permita reducir costos y ser más productivos", explicó en ese sentido Roy Flores, Retail Specialist de Epson.



Por su parte, Diego Sarria Sotillo, Gerente de Canales para Perú y Bolivia en Lexmark, puntualizó que la empresa viene “trabajando hace muchos años en dar soluciones de digitalización que permiten ahorrar costos y aumentar la productividad” de sus clientes finales.

“Considero que es importante enfocarse en el negocio de nuestros clientes para ver de qué manera podemos aportar y ayudar en el incremento sus ingresos. Esto es fundamental para tener esta fidelidad con ellos”, sostuvo el ejecutivo.

Cabe destacar que, en el pico de la pandemia, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) indicó que en el segundo trimestre de 2020 hubo 23 millones de personas teletrabajando en Latinoamérica.



“Esta es una industria madura que se ha visto afectada por el home office, sin embargo, ya vemos que en 2021 se han recuperado las ventas y esperamos que hasta el 2025 el mercado se recupere a niveles de pre pandemia.”

Diego Sarria Sotillo,
Gerente de Canales Perú y
Bolivia de Lexmark

En ese mismo camino van los proveedores y fabricantes, junto con sus canales, para poder brindarles a las empresas esa tranquilidad a la hora de manejar sus documentos, que no son pocos por el volumen cada vez mayor de información que manejan.



Claro que también hay que pensar que, tras la reducción del impacto de la pandemia, algunos especialistas creen que el teletrabajo irá en descenso y en ese sentido Guido Melgar, Product Manager HP Inc Impresión en DMC, estima que este año habrá una progresiva recuperación de los volúmenes comerciales en el segmento empresarial y de gobierno por el retorno a oficinas.

“La demanda irá creciendo de un semestre a otro. Estamos seguros que en los últimos meses de 2022 podremos tener el nivel previo a la época de pandemia”, señaló.

En tanto, en la misma dirección Giovanni Marchetti, Jefe Comercial Área Impresión & Digitalización de DIMA, puntualizó que “el gran reto que tienen los fabricantes en el año 2022, debido a las complicaciones actuales en la cadena de suministro, es poder mantener el ritmo de su oferta para cubrir esta demanda”.

“Poco a poco la digitalización va encaminada a ser el estándar para empresas comerciales y gubernamentales, dado que se mejora la productividad y se ahorra en costos en cuanto a operatividad.”

Guido Melgar, Product Manager HP Inc Impresión en DMC



Marchetti apuntó que "hay una creciente demanda por soluciones complementarias de gestión documental y generación de flujos de trabajo en línea, que utilizan a la impresora multifuncional como punto de partida para la digitalización de su documentación".

Y comentó que, como tendencias para este año, "se espera una mayor demanda para soluciones de impresión remota y Cloud Printing, impulsadas en parte por las necesidades del personal que continuará teletrabajando, o que lo hará de forma híbrida".

"La impresora multifuncional es un portal de entrada clave para la información de la empresa."

Giovanni Marchetti, Jefe Comercial Área Impresión & Digitalización de DIMA.

Los grandes jugadores del mercado creen también que se irán "desacelerando" los procesos de compra de productos hogareños, mientras que por parte de las empresas el foco estará puesto en el ahorro de tinta, para poder sacarle el mayor provecho a la herramienta, pero minimizando el costo.



“Para los equipos de oficina se espera lo contrario, una lenta recuperación, pero no como antes, sino con nuevos segmentos de impresoras tomando mayor importancia y con la configuración y diseño de las necesidades ajustada a su nueva realidad”, argumentó Giacomo Cogorno, Gerente de Categoría para impresión de HP Inc. Perú.



Rodrigo Almarza, Vicepresidente de Kyocera Document Solutions, Latin America Division, se mostró algo más optimista en relación con lo que sucederá este año y, en ese sentido, explicó que “a pesar de las complejidades de inventario, producto de la crisis de abastecimiento de componentes a nivel mundial, seguimos logrando obtener excelentes resultados, los que esperamos se consoliden en lo que queda de 2022”.

“La penetración de la impresora en los hogares y negocios, el volumen de impresiones y el uso de suministros originales nos muestra que el boliviano es un mercado interesante donde las marcas debemos invertir en educar a los usuarios y darles a conocer el valor de la impresión.”

Giacomo Cogorno, Gerente de Categoría para impresión de HP Inc. Perú.



“La experiencia que hemos vivido este último tiempo ha acelerado los planes de transformación digital de las empresas. Esto las ha vuelto bastante más receptivas a adoptar nuevas medidas, abriéndose a nuevas formas de implementar sus procesos de negocio.”

Rodrigo Almarza,
Vicepresidente, Kyocera
Document Solutions, Latin
America Division.

El ejecutivo de Kyocera también analizó lo que dejó la pandemia y que puede esperarse con la flexibilización de las restricciones: “Se han agregado complejidades, pero también innumerables oportunidades; nuestros clientes necesitan ser más dinámicos, más ingeniosos y rentables, y requieren soluciones que se adapten a sus nuevas necesidades de trabajo híbrido. En este nuevo mundo, tienen nuevas expectativas, así como nuestros distribuidores, nuevas oportunidades”.

Italo Cementi Ariste, Gerente de Ventas de Intcomex Iquique, también hizo hincapié en que “este año 2022 dependerá de la regularización de los inventarios, para lo cual es necesario que los fabricantes despachen las cantidades que logren satisfacer adecuadamente la demanda”, advirtió.

“La evolución del mercado en el tiempo venidero dependerá 100% del abastecimiento.”

Italo Cementi
Ariste, Gerente de
Ventas de Intcomex
Iquique



Expectativas de crecimiento

Ha quedado claro en este artículo que la digitalización de documentación permite tener una alta disponibilidad en torno a la información a la vez que un menor impacto ambiental. Según la Sociedad Americana de Directores de Recursos Humanos, las empresas que han digitalizado al menos el 50% de sus procesos dedican un 35% menos de tiempo a la cuestión administrativa.



“La situación de la pandemia generó muchos problemas de abastecimiento, de transporte y de cambio de hábitos de los clientes, lo que nos llevó a todos a replantear el negocio.”

Luis Sandoval, Senior Product Control de Canon.

La realidad de las empresas de la región, en un contexto macroeconómico siempre desafiante, lleva a los proveedores a rediseñar sus ofertas de soluciones y servicios de manera de poder acompañar sus procesos de crecimiento a través de la tecnología como herramienta clave.

"Evidentemente, todos los cambios que está experimentando el mercado obliga a los proveedores de servicios de impresión y manejo documental a replantearse su propuesta de valor."

"Aspectos como la seguridad de la información y el acceso son claves para enfrentar los nuevos retos que esta nueva realidad impone", opinó Rodrigo Almarza.

Víctor Rada, Gerente de la Unidad de Negocios de Outsourcing de DATEC, expresó que "la búsqueda de ahorrar, bajar costos o gastos en impresión y copias fue una constante en toda empresa a lo largo del tiempo", pero señaló que "ahora este concepto se hace más fuerte pues las empresas necesitan direccionar su capital económico en inversiones que le permitan ser más eficientes en su negocio".



“Los servicios de Outsourcing responden de manera eficiente a los nuevos desafíos de la época”.

Víctor Rada, Gerente de la Unidad de Negocios de Outsourcing de DATEC,



“En ese propósito se gana control mediante la discriminación de perfiles de usuario, clasificación y establecimiento de límites o cuotas máximas de impresión ya sea por área geográfica, área funcional de la empresa, usuario específico, etc.”

Son herramientas importantes que ayudan a optimizar los costos y gastos de impresión”, detalló el entrevistado, a las que sumó las ofertas de digitalización y soluciones de gestión documental, en muchos casos utilizando los mismos equipos multifuncionales.

“Es innegable que actualmente todos los usuarios, tanto el empresarial como el final, buscan opciones de calidad, que cumplan condiciones de funcionalidad, de seguridad, servicio técnico certificado y económicas.

Tal vez este último punto en la mayor parte de los casos sea el criterio relevante”, opinó Hans Bruun, Gerente General de EH Tecnología.

“El usuario requiere impresoras de alta calidad, de múltiples funcionalidades, que permitan su uso en diferentes situaciones incluido el trabajo en casa.”

Hans Bruun, Gerente General de EH Tecnología

Desde DATEC destacaron que hoy es posible sumar e integrar soluciones de digitalización, gestión documental que acompañan procesos y flujos de trabajo anexando información mediante documentos lógicos propios de cada empresa, permitiendo obtener el máximo provecho posible de los equipos multifunción involucrados.

Para Carlos Alfredo Rodríguez Herrera, Distributor Account Manager Perú y Bolivia de Kodak Alaris, “desde 2020 los procesos de digitalización se aceleraron en más de 83% debido al impacto de la pandemia, creciendo 15% por año”.



“El cliente privado entiende que debe agilizar procesos para la toma de decisiones. Así su trabajo es controlable y medible.”

Carlos Alfredo Rodríguez Herrera, Distributor Account Manager Perú y Bolivia de Kodak Alaris



En ese sentido, Roy Flores, de Epson, aclaró que “este tipo de implementación implica un proceso que involucra a veces otras áreas, que de manera gradual se van sumando a los cambios tecnológicos”, Y destacó: “Creemos que el mercado año a año va madurando y adoptando las nuevas tecnologías”.



“La pandemia nos obligó a modernizarnos y nos demostró que hay muchos procesos y burocracias que se podían simplificar gracias a la digitalización.”
Juan Pablo Caruso, Manager de Negocios de WACOM.

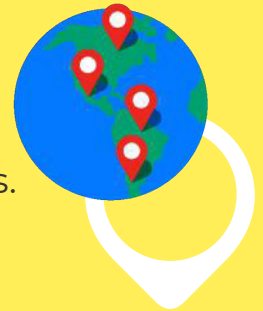
Por su parte, Giacomo Cogorno, de HP, señaló que “en Latinoamérica en general hay mucho camino por recorrer”.





Y agregó: “La pandemia ha ayudado a empujar a muchas empresas a transformarse para sobrevivir y los consumidores, a su vez, ya se han acostumbrado a la realidad digital. En la medida que las empresas puedan seguir trabajando hacia ese cambio digital hoy, tendrán mayor éxito en el futuro cercano”, afirmó.

“Venimos de años muy duros por la pandemia y, sin duda, lo que está ocurriendo en Europa en términos macroeconómicos nos golpeará en cuanto al costo de los transportes, sobre todo pensando en el costo de los combustibles. Por lo mismo creemos que el ahorro de costos innecesarios es fundamental para las empresas; efficientizar los tamaños de las oficinas, potenciar el home office, disminuir el movimiento será muy importante.”



"Dado esto, creemos que será un año importante para el segmento electrónico en general, donde las empresas deben focalizarse en la digitalización o quedarán obsoletas", advirtió Juan Pablo Caruso, Manager de Negocios de WACOM.



Con todo, es insoslayable que este proceso de digitalización de documentos “llegó para quedarse y es algo irreversible”, comentó Italo CEMENTI Ariste, de Intcomex.

“No todos los mercados han evolucionado de la misma manera, sin embargo, lo que está claro es que los avances a los que nos obligó la pandemia en procesos digitales y online, como el comercio electrónico, trámites online, delivery, etc., son irreversibles. Tratar de volver a un escenario pre pandemia es definitivamente impensado”, añadió el entrevistado.

Bolivia en el mapa regional de la digitalización

Claro que, dentro de este contexto general, tanto mundial como regional, Bolivia no está exenta de oportunidades y también complejidades a la hora de evolucionar de la mano de la digitalización de procesos, aunque se podría decir que el país tiene ante sí ciertas ventajas de avanzar a paso firme.

“Considerando que los desarrollos tecnológicos han convertido a la impresora multifuncional no solo en un equipo que cumple con sus funciones básicas (impresión, copiado, escaneado), sino también en un portal de entrada para la información de la empresa, la demanda por las impresoras ‘inteligentes’ irá en crecimiento”, aseguró Giovanni Marchetti, de DIMA.



Bolivia vive un momento de plena adaptación a los procesos digitales y tras la pandemia, o mejor dicho por consecuencia de esta, un 86% de las pymes del país se transformaron de manera digital, e incluso el 40% de ellas seguirá adoptando esta modalidad.

Nadia Camacho, Gerente de Producto Adobe para Nexsys Bolivia, que la situación actual “ha generado un ambiente propicio en la ejecución de la transformación digital y ha ayudado a que los gobiernos hagan cambios rápidos en leyes para permitir que los procesos sean digitales y que las empresas públicas y privadas puedan tener las herramientas deseadas”.

“Las empresas se han enfrentado a muchos cambios y se han visto obligados a transformar sus procesos, por lo cual herramientas como Adobe Sign y Acrobat DC han sido un respiro para las nuevas necesidades digitales.”

Nadia Camacho
Gerente de
Producto Adobe
para Nexsys
Bolivia





Lejos de lo que muchos pensaban, y si bien no es tan rápido como en otros países, Bolivia adaptó de manera eficiente esta modalidad de trabajo y las empresas relacionadas a la banca y lo gubernamental afrontaron el desafío de iniciar procesos de digitalización.

Desde DMC creen que en Bolivia “poco a poco la digitalización va encaminada a ser el estándar para empresas comerciales y gubernamentales, dado que se mejora la productividad y se ahorra en costos en cuanto a operatividad: “Esperemos en siguientes años sea un país que esté actualizado en dicho sistema”, señalaron.

Claro está que los modelos de negocios varían de acuerdo con la oferta y la demanda, y en ese sentido DATEC apuesta al outsourcing, no solo de la impresión, sino también de equipos de computación.

“Hay mucha necesidad de digitalizar y estamos recién empezando en las organizaciones públicas y privadas en Bolivia. Esa transición requiere de cierto software de gestión documental con un dimensionamiento muy a medida.”

Marco Segales, Jefe de Canales Mayoristas en Bomesco.



“En lo inmediato, volveremos a registrar los volúmenes tradicionales de copiado e impresión como antes del home office, incluso se espera que sean superados en el corto plazo; sin embargo, el crecimiento de la digitalización y gestión documental hacen que, a largo plazo, los volúmenes de impresión se hagan cada vez menores frente a un crecimiento acelerado de digitalización”, expresó Víctor Rada.

El nivel de adopción de la digitalización de documentos, más allá de los procesos de transformación digital que se están llevando a cabo en todos los ámbitos, también irá de la mano con la consolidación del modelo de trabajo híbrido que, como la gran mayoría, sostiene, “ha llegado para quedarse”, pero sobre todo para “ir hacia adelante”.





“Con nuestras marcas este 2022 creceremos en posicionamiento y fidelización”

Marco Segales destacó el compromiso que tienen con su marca insignia en scanners, Kodak Alaris, y la llegada de Sewoo, una línea de impresoras móviles y de recibos que “será de mucha utilidad en el mercado boliviano”.

“A pesar de los duros dos últimos años, hemos tenido buena respuesta tanto con los clientes como con nuestro servicio y eso no permite en este año encarar un trabajo más intenso con Kodak Alaris que es un producto de muy buena inserción en nuestro clientes”, dijo.



Una de las fortalezas valorada por su cartera de clientes es la importante respuesta que tiene de post venta, y que en casa caso de compra se realiza una prueba piloto con un demo por 48 horas que le permite al comprador medir la capacidad real que necesita de trabajo en ese margen de producción que ofrece el equipo.

“Se puede adaptar desde 20 a 110 copias. Eso, sumado al respaldo que tenemos de Kodak, stock importante y personal certificado para la operación y puesta en marcha de los equipos, nos permite ganar mucho respeto y proyección”, afirmó.

“Hay mucha necesidad de digitalizar y olvidarse del papel. No es una transición fácil; necesita tiempo y análisis a medida para cada empresa. En Bolivia la digitalización está empezando y no se va a detener”.

Marco Segales, Jefe de Canales Mayoristas en Bomesco.





En cuanto a Sewoo, informó que “es la segunda marca de más venta en Corea del Sur en este momento en su rubro. “Con un software específico y muy novedoso, son máquinas en diferentes gamas que responden con mucha fidelidad en las impresiones móviles”, dijo.

Sobre las proyecciones de la empresa, dijo no solo apuntar a un crecimiento de la facturación sino también a posicionar marca y servicio. Contó de la fuerte presencia actual en La Paz y Santa Cruz, y apuntó a nuevos canales en Cochabamba, Potosí y Sucre como objetivos de 2022.

Kodak alaris



MAYORISTAS
AUTORIZADOS
PARA BOLIVIA,
ESPECIALISTAS EN
DIGITALIZACIÓN E
IMPRESIÓN MOVIL



www.bomesco.com.bo

LA PAZ: Calle 13 #8395 esq. Costanera, Calacoto.
Central Piloto: ☎ (591) 2 2797151 📠 71535851.

SANTA CRUZ: Calle Rio Quimori Nro.2000 esq. Chomomo Barrio Hamacas
(3er anillo externo).
Central Piloto: ☎ (591) 3 3706420 📠 77009921

sewoo



BOMESCO
SOLUCIONES TECNOLÓGICAS



“Nos apoyamos en marcas líderes y en tener eficientes soluciones para nuestros clientes”

EH Tecnología, una compañía con sede en Santa Cruz de la Sierra y oficinas en La Paz y Cochabamba, brinda un fuerte servicio en venta de equipos de impresión Canon y Kyocera, y un eficiente servicio de outsourcing para clientes corporativos finales.

“Manejamos con fluidez el segmento de impresión, y ese es uno de nuestros puntos de negocio”, comentó Hans Bruun. Y agregó que tienen un segundo segmento donde brindan “un servicio de outsourcing innovador, muy completo, que incluye además del equipo y el software, los repuestos, la asistencia técnica y asesoramiento.”

HANS BRUUN, GERENTE
GENERAL DE EH
TECNOLOGÍA.



“La pandemia hizo que la transformación digital se acelere también en las empresas. Empezaron a desarrollar más soluciones tecnológicas que les generan mayor fluidez en su trabajo.”

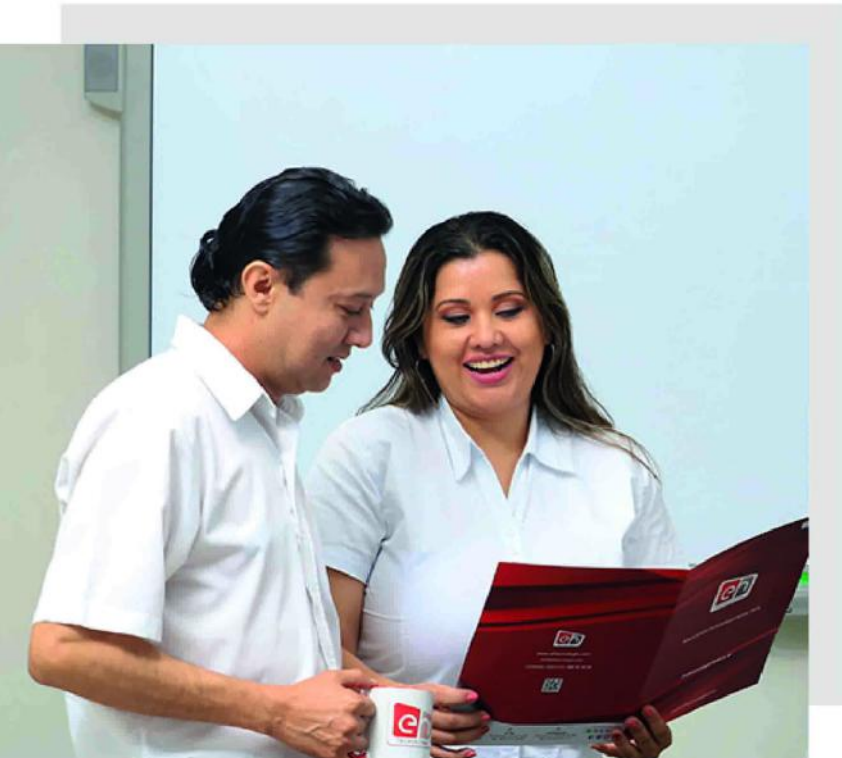


“Somos una compañía que brinda mucho respaldo con nuestras marcas sólidas en el mercado, con trayectoria, que puedan conseguir los suministros de manera sencilla, unidas a buenos precios. Son factores que marcan la diferencia”, dijo Bruun.

Por su parte, **Vanesa Guiesse, Gerente de Servicios de la empresa**, agregó que la mayor preocupación es trabajar mucho en soporte y servicio que se les brinda a los clientes. “Sabemos lo importante de estar cerca de ellos”, apuntó. Sobre el mercado boliviano de impresión y digitalización, Bruun valoró la excelente respuesta de los últimos años, donde hay una tendencia muy positiva a la transformación digital.


“El home office llevó a que se cayeran las ventas de equipos láser de oficina. **“Ahora se reflató el mercado de la impresión con los equipos más grandes, y recuperamos nuestra presencia con las marcas que distribuimos, dos de las mejores del mundo. Las perspectivas son muy buenas”**, añadió.





48 AÑOS
TRABAJANDO
a tu lado



 69-052375

 @ehtecnologia.bolivia

www.ehtecnologia.com



“Queremos acompañar de cerca a nuestros clientes en la transformación digital”

Rodrigo Almarza sostuvo que la compañía tiene como norte acompañar a sus clientes brindando soluciones que permitan automatizar el manejo documental, y hacer de este camino “un viaje más placentero”. **“Queremos ser colaborativos y estar presente muy cerca en todo este camino”**, dijo.

Luego de un muy duro 2021, el ejecutivo destacó que el 2022 se consolida con mucho crecimiento, aunque reconoció que aún persisten situaciones complejas en cuanto al abastecimiento de la gran demanda.

“A pesar de todas las dificultades Kyocera se ha posicionado como número uno en su segmento de negocio en países como Colombia y Chile, y en los primeros lugares de la región, y en ese aspecto hablamos de equipamiento de impresión con una base de 500 dólares hacia arriba”, aseguró.





“La pandemia cambió la teoría por la práctica en la transformación digital. Nos demostró que no hace falta parar el negocio para realizarla, que es un proceso que no puede esperar.”



RODRIGO ALMARZA,
VICEPRESIDENTE DE KYOCERA
DOCUMENT SOLUTION, DIVISIÓN
LATINOAMÉRICA.



Con respecto a cómo reaccionó el mercado a los desafíos que generó la pandemia, Almarza afirmó que se vivió una “adaptación forzada” por las circunstancias, pero a la vez señaló que fue “positiva y muy intensa”.

“Hubo, a la fuerza, que dejar el documento físico por el documento digital y no hubo tiempo para pensar mucho en el cambio, eso produjo mucha creatividad para provocar que el negocio crezca y sea rentable para todos”.

A la hora de analizar el mercado de Bolivia, Almarza dijo que para la compañía está “muy bien” con una fuerte presencia en el segmento financiero y con sus distribuidores.

“El mercado boliviano está muy ávido sobre sus necesidades de impresiones, más en el sector de la banca, pero allí también plantean dos escenarios que les parece primordial: la seguridad y la optimización de sus procesos”, concluyó.



Activa el conocimiento



DISTRIBUIDORES
AUTORIZADOS



“En Bolivia hay mucho potencial para desarrollar nuevos productos como el nuestro”

Juan Pablo Caruso, Manager de Negocios de WACOM, que desde Santiago de Chile es el responsable desde 2021 del mercado de Bolivia, señaló que “luego de un primer año de reconocimiento de campo, ahora ya estamos listos para trabajar con todo en una región que vemos que podemos crecer con mucha fuerza”.

WACOM maneja la licencia en la región de una empresa japonesa con más de 40 años en el desarrollo de tecnología y tiene ahora como producto insignia el lápiz digital, con el cual intentará liderar en 2022 el mercado de accesorios para el sector educación y en especial el diseño gráfico.



JUAN PABLO CARUSO,
MANAGER DE NEGOCIOS DE
WACOM.



“Bolivia está completamente virgen y tiene todo para explorar. En Chile el 100% de las universidades usa WACOM, aquí aún ninguna. Esa es nuestra oportunidad 2022”.

Las tabletas gráficas de WACOM representan un producto revolucionario para la enseñanza de universidades, escuelas, y carreras de diseño en particular. “Se conectan a un dispositivo de PC, en cualquiera de sus formas y sistemas operativos, así como también a celulares Android, y reemplazan al mouse, con características propias mucho más destacadas”, explicó Caruso.

A la hora de analizar cómo impactaron los dos años de pandemia en WACOM, Caruso no dudó en definir este tiempo como “increíble e histórico” para la compañía. “A nivel regional fue impresionante como creció el mercado de las tabletas para la educación por el efecto del teletrabajo”, señaló.

Ese impacto ahora quiere exportarlo a Bolivia, un país que Caruso definió de “muchas oportunidades”.

“En este nuevo escenario, Bolivia tendrá que adaptarse a una forma nueva de comunicación en educación, rápidamente de la mano de estas novedades tecnológicas. Para eso necesitamos socios y aliados para conquistar el mercado”, concluyó.



Nexsys de Bolivia es distribuidor autorizado de WACOM



Descubre lo que puedes hacer con Wacom.

Ya sea que desee dibujar, incursionar en el mundo del diseño, desarrollar sus habilidades de video y animación o convertirse en un profesional de la toma de notas, existen innumerables formas de ser creativo con Wacom.

No hay límite en la forma en que puede expresar su creatividad. Si tienes ganas de hacer algo, podemos ayudarte a convertirlo en realidad.

Encuentre computadoras de lápiz, pantallas y tabletas para su negocio o uso personal.

MAYOR INFORMACIÓN:

Nadia Camacho - Gerente de Producto WACOM

E: nadia.camacho@nexsysla.com **T:** 591-3-3284688 **C:** 591-77835577



“Bolivia es un mercado muy productivo que demandaba nuestros equipos”

Luis Sandoval, Senior Product Control de Canon, se mostró muy conforme por las operaciones de la compañía en Bolivia y sostuvo que el crecimiento del último año se debe a que llegaron al mercado a “satisfacer una demanda que reclamaba”.

Canon se encuentra hace muy poco tiempo en Bolivia, previo al inicio de la pandemia de Covid-19, y ese fue, como para otras empresas, un gran desafío a superar.

“La situación de la pandemia generó muchos problemas de abastecimiento, de transporte, y de cambio de hábitos de los clientes, que nos llevó a todos a replantear el negocio, en medio también de una importante demanda”, explicó Sandoval.



LUIS SANDOVAL, SENIOR
PRODUCT CONTROL DE
CANON.



“Somos pioneros en la renovación tecnológica. Buscamos avanzar en la innovación y en sumar ventajas en la post venta. Garantizamos confianza y ofrecemos las mejores soluciones en impresión.”



Al analizar los porqué de la buena recepción de Canon en Bolivia, mencionó la avanzada tecnología de sus equipos de impresión, el costo competitivo y “por la fidelidad por la marca”.

“Nosotros llegamos a Bolivia con una política fuerte de respaldo de nuestra fábrica, la fiabilidad de nuestra tecnología y una garantía post venta ampliada. Eso hizo la diferencia”, sostuvo.

“Nos instalamos con servicio técnico autorizado, con nuestra garantía de un año, pero además le agregamos dos años más adicionales y los clientes lo valoran y ahora lo buscan”, amplió.

En lo que refiere a lanzamientos en el mercado boliviano, el entrevistado destacó que la compañía presentó un nuevo equipo de impresión multifunción enfocado a los emprendedores.

“Es para aquellos que quieren comenzar con su primera empresa y necesitan equipo de alta durabilidad, equipos más robustos, de mayor proyección, para 5.000 y 7.000 impresiones por mes, con un óptimo ciclo de productividad”, describió.

POTENCIA

EL RENDIMIENTO DE TUS TRABAJOS



PIXMA G2160



MEGA TANK



**RENDIMIENTO: 7,600 PÁG
EN B/N Y 7,700 A COLOR.**



**VELOCIDAD DE
IMPRESIÓN: 32 PPM EN
B/N Y 16 PPM A COLOR.**



**TANQUES DE TINTA
INTEGRADOS.**

Canon



“Los clientes entienden que la digitalización permite ahorrar y optimizar la carga de trabajo”

Víctor Rada afirmó que el mercado boliviano se está sumando con mucha participación a la transformación digital: “Entendió que ese avance permite ahorrar y optimizar la carga de trabajo”, sostuvo.

“Nuestros clientes están inmersos en este cambio de paradigma y estamos acompañando ese proceso necesario, con equipos multifunción, software especializado y más de 18 años de experiencia”, destacó.

De acuerdo con el entrevistado, como consecuencia de la reformulación que hicieron las empresas en la pandemia, “bajó mucho el volumen de impresión y creció el proceso de digitalización”.





“Hemos sumado los servicios de digitalización acompañada de gestión documental y flujos de trabajo, todo ello gestionado de manera ‘on premise’ o desde la nube con nuestra infraestructura.”



VICTOR RADA, GERENTE DE LA UNIDAD DE NEGOCIOS DE OUTSOURCING EN DATEC.

“Un buen ejemplo es que en Bolivia ya se impuso la exigencia de la facturación electrónica en industria y banca, y sentimos ese impacto en la baja del volumen de la impresión”, puntualizó.

En ese sentido, Datec se propuso un cambio en su modelo de negocio al ofrecer una atractiva solución de servicios tercerizados: “Ya no vendemos los equipos de impresión sino la hoja impresa. Nos hacemos cargo del mantenimiento, provisión de suministros y recambio del equipamiento, y el cliente paga una factura mensual sobre lo que imprimió en ese período”, explicó Rada.

Nuestras ofertas de tercerización se extienden también a dispositivos que se utilizan para realizar impresiones, como por ejemplo PCs, laptops o tablets, permitiendo a las empresas bolivianas direccionar su capital económico en inversiones que les permitan ser más eficientes en su negocio.

“Ese tipo de soluciones interesa mucho en Bolivia y está en crecimiento”, concluyó.

datec

Más de 20 años impulsando

la digitalización de tu negocio



#Outsourcing: Accede a tecnología que digitalizará tu negocio, sin que tus cuentas sufran.

SAMSUNG **Lenovo** EPSON Lexmark  KOFAX  netcontent

 78000031

www.datec.com.bo

@dateclatam
   



“Hay expectativas muy altas para el mercado boliviano”

Al ser consultado sobre la operación de Lexmark durante el 2021, Diego Sarría dijo que fue un tiempo “de retos y cambios”, que aprovecharon para enfocarse en soluciones de software en la nube para gestión de impresión y digitalización de documentos.

“Lexmark viene trabajando hace muchos años en dar soluciones de digitalización que permiten ahorrar costos y aumentar la productividad de nuestros clientes finales, esto nos ha permitido tener una alta tasa de renovación de nuestros contratos que llegan a un 95%”, subrayó.



“Queremos proteger y expandir nuestros clientes en el mercado local y crecer en las ventas de garantías extendidas, suministros, repuestos, software, etc.”

Diego Sarría, Gerente de Canales de Lexmark para Bolivia y Perú.





Es el momento adecuado para conectarse con la nube.

Los Servicios en la nube de Lexmark le permiten proteger la información confidencial, evitar visitas innecesarias a los locales, controlar la impresión e informaciones valiosas, simplificar la estructura y reducir sus costos de impresión.

Obtenga más información sobre cómo acceder a las ventajas de la nube, contáctenos

Graciela Correa
Product Manager - Lexmark
gcorrea@datec.com.bo
(591 7) 660- 2292

DATEC
Tecnologizamos tu mundo

la.lexmark.com



Lexmark Portafolio de productos



Share

Advanced
SENSORS & DIAGNOSTICS

SENSORES Y DIAGNÓSTICOS avanzados

Watch on YouTube

Respecto de este año, sostuvo que hay “expectativas muy altas” en Bolivia, y planteó el desafío de crecer apuntando al segmento corporativo de la banca, las finanzas y el gobierno, en los que asegura se han consolidado como líderes.

Sarría también compartió que la idea es “expandirse y proteger muchos a los clientes” a través del canal de distribución, que atiende al sector público y privado mediante la venta de equipos de impresión láser y del negocio de outsourcing de impresión.



Al respecto, destacó la gran tarea que realiza como distribuidor de la marca en Bolivia la empresa Datec. “Es nuestro único mayorista en el mercado local y estamos muy satisfechos con ellos”, enfatizó.

También adelantó que durante este año la marca realizará una renovación de sus equipos de cabecera, como los del segmento de impresión A4 color, que ahora tendrá la posibilidad de hacer 45 copias por minuto hacia arriba.

Finalmente, sobre la estrategia de canales, el ejecutivo señaló que para la compañía son muy importantes y que cuentan con un “programa mundial con muchos beneficios y ventajas”



emBlue^o

Hacemos que la
omnicanalidad sea simple

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



www.embluemail.com



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



+506-4031-0300



“Adobe es la herramienta que más potencia hoy la transformación digital”

Alan Chanto señaló que Adobe tuvo su boom de crecimiento en pandemia cuando, por necesidades operativas, muchas empresas se dieron cuenta de la calidad de prestaciones y servicios que les dio esta herramienta.



“No somos enemigos del papel ni de la impresión. Queremos sumar una solución donde no puede responder una impresora. No queremos vender un producto, sino una experiencia de trabajo.”

Allan Chanto Campos,
Gerente de servicios
Adobe para Nexsys.



ALLAN CHANTO CAMPOS,
GERENTE DE SERVICIOS ADOBE
PARA NEXSYS.



“La gestión documental completa es una transformación revolucionaria que ya podemos resolver en muchos casos con un cambio de los modos digitales en el celular, pero también necesita de otras herramientas más grandes, que permitan ganar tiempo y transformarlo en más útil para la vida personal”, puntualizó Chanto.

A la hora de repasar como la pandemia impactó en el negocio, dijo que vino a “impactar el nivel de poderío de la marca, ante la necesidad del cliente de volcarse con mucha seguridad al uso de las nuevas tecnologías”.



Nexsys de Bolivia es distribuidor autorizado de suscripciones de Adobe®

- Software para diseño
- Soluciones Experience Cloud - Adobe Acrobat

Adobe® Creative Cloud ofrece las mejores aplicaciones y servicios para la creatividad para crear cualquier cosa que te imagines, en cualquier lugar del mundo. Tiene una colección de más de 20 aplicaciones y servicios para escritorio y dispositivos móviles de fotografía, diseño, video, sitio web, experiencia de usuario y más. Posee aplicaciones para dispositivos móviles como photoshop para iPad y más.

**Es hora de crear lo que imagines con
las herramientas de Adobe®.**

MAYOR INFORMACIÓN:

Nadia Camacho - Gerente de Producto ADOBE

E: nadia.camacho@nexsysla.com T: 591-3-3284688 C: 591-77835577



“Tenemos ofertas y negociaciones para todos los canales disponibles. Hay importantes beneficios para cada uno de ellos. Buscamos generar un escenario de apoyo y confidencialidad a cada propuesta que no llega para que esa atención sobre esa venta sea un valor agregado”, dijo al respecto.

“Nexsys siempre está cerca de nuestro canales de venta porque además estamos para apoyar y acompañar en la pre venta y el post. Eso nos hace diferentes en el mercado”, sumó.

Los desafíos para el 2022 son muy claros para la compañía, y estiman que será un año de alta “transformación digital”. La consigna: “Es mucho más útil y rentable la digitalización que imprimir un documento, ensobrarlo, usar una mensajería y que llegue el destinatario con posibilidades que sea devuelto por algún error. Se pierde tiempo y se aumenta el costo. Es nuestra batalla de transformación”.



Volvemos a encontrarnos

Un evento presencial enfocado en la actualización del modelo de negocios para el canal IT junto a las principales marcas y mayoristas locales.



QUITO
16JUN



SANTA CRUZ
14JUL



ASUNCIÓN
11AGO



SANTIAGO
25AGO



LIMA
8SEPT



GUAYAQUIL
15SEPT



MONTEVIDEO
6OCT



LA PAZ
27OCT

¡Agendá el lineup del Channel!

Kodak alaris

“Latinoamérica tiene un gran potencial para la transformación digital”

Carlos Alfredo Rodríguez Herrera aseguró que el mercado de Latinoamérica tiene “un gran potencial”, dado que más del 78% aún no inició el proceso de transformación digital, y sostuvo que para todos los sectores “es un gran desafío”.

El entrevistado señaló que “las empresas que adoptan la decisión de digitalizar sus procesos, mejoraron en un 70% su toma de decisiones”

“En Latinoamérica las áreas de gobierno necesitan estandarizar el proceso de digitalización de sus archivos. El cliente privado entiende que debe agilizar procesos para la toma de decisiones. Así su trabajo es controlable y medible”, aseguró.



CARLOS ALFREDO RODRÍGUEZ HERRERA,
DISTRIBUTOR ACCOUNT MANAGER PERÚ
Y BOLIVIA DE KODAK ALARIS.



“La digitalización deja de ser una opción en un camino para subsistir en el futuro. Este es el comienzo de una nueva etapa para las empresas.”



Para graficar el desarrollo de este cambio tecnológico que vive la región aseguró que “desde 2020 los procesos de digitalización se aceleraron en más de 83% debido al impacto de la pandemia, creciendo 15% por año”.

Asimismo, el ejecutivo hizo especial hincapié en el interés particular de Kodak Alaris en el mercado boliviano: “Nos encontramos en un mercado muy necesitado de esta transformación. Vivimos el proceso de hacerle entender al cliente la oferta de soluciones”, sostuvo.

En este escenario, la compañía presenta un amplio abanico de soluciones de software y hardware como herramienta esencial para llevar a cabo los cambios tecnológicos que las organizaciones están demandando en la actualidad: “Se logra agilidad de proceso y ganancias de tiempos”, señaló Rodríguez Herrera.

“Estamos centrándonos en ofrecer nuestro software. Acompañamos todo el proceso de digitalización con nuestras soluciones. Apuntamos y creemos que en eso Bolivia es un mercado muy atractivo”, amplió en ese sentido.

POSICIONA TU MARCA *y elevá las ventas* de tu empresa EN EL MUNDO DIGITAL

Diseño Gráfico



Desarrollo Web



Videos



Social Media



Email Marketing



¡NO DEJES PASAR ESTA OPORTUNIDAD
que tenemos para vos!



SitioSimple

Crear tu página web es tan rápido como leer esta publicidad

Hoy podés tener tu página web o tienda online ¡sin programar y en menos de una hora!



Más de 200 plantillas pre-diseñadas



0% comisiones por venta



Lista para celulares



Optimizada para Google



Múltiples opciones de pago y envíos



En pesos argentinos

ESCANEA
Y EMPEZÁ GRATIS



DonWeb.com