



Tecnología

Stefanini: "Analítica es el core de la demanda de este y los próximos años"

ENTREVISTA. Jaime Mourão, gerente general de Stefanini Perú, cuenta los detalles de la adquisición de Sapia como parte de su estrategia de consolidación en el Perú. Además, explica la transformación de su negocio a dos años del comienzo de la pandemia.



Por Luciana Flores

28 de mayo de 2022

🕒 Lectura de 5 min



¿Por qué decidieron comprar Sapia?

En Perú tenemos presencia desde hace 30 años, pero hemos experimentado un crecimiento importante en los últimos cinco años debido a que hemos comprado 25 *ventures*. Solo en el último año se compraron nueve empresas, entre las cuales está Sapia. Ya estamos en 30 países y facturamos alrededor de US\$1,000 millones al año.

¿Qué sinergias han obtenido a partir de la adquisición?

La compra se dio en noviembre del año pasado y estamos trabajando en la fusión de gobierno corporativo y procesos. Sapia es una empresa de más de 30 años y tiene muchas soluciones *ad hoc* para diferentes industrias. En los últimos años entró con más fuerza al sector privado porque antes el 80% de sus ingresos provenían del sector público. Sus capacidades estaban muy enfocadas en desarrollo de productos, infraestructura, *cloud* y licenciamiento. Tiene muy buenos clientes y muy buen portafolio que ha sumado a nuestras verticales. Conseguimos sinergias muy fuertes porque no nos cruzábamos mucho en el portafolio. Nosotros venimos impulsando temas de ciberseguridad y con mucha fuerza el tema de inteligencia artificial ligado a analítica. Ahora tenemos un portafolio renovado que nos ha posicionado como uno de los líderes tecnológicos en el Perú.

¿Cuánto esperan crecer este año gracias a la compra?

El año pasado Stefanini creció más del 30% y las expectativas de este año están por encima del 25%. En el último año ha habido una mayor demanda por las empresas que buscaron digitalizarse de cara al cliente final y este año están mucho más orientadas a la digitalización del proceso. Con ambas empresas, este año podríamos superar los S/180 millones.

La mayoría de las empresas aceleraron su proceso de transformación digital a partir de la pandemia. A dos años del confinamiento, ¿cómo ha evolucionado la demanda por sus servicios?

Retail, servicios y banca, fueron los más afectados pues muchos de sus procesos requerían presencialidad. Estas compañías aceleraron el proceso de digitalizar sus canales, pero lo hicieron demasiado rápido, lo que llevó a que se den cuenta que no solo es transformar el tema de la infraestructura sino reformular sus procesos. En esta nueva etapa, ya no están en la digitalización sino que están buscando entender cómo cambia la interacción con el cliente y cómo aprovechar la data de esa interacción. Están en la etapa de la demanda de analítica. Es el *core* de la demanda de este y los próximos años. Tienes que entender el comportamiento del cliente digital.

La analítica se acompaña de servicios de *cloud* porque tienes gran cantidad de datos que tienes que guardar en algún lugar y ya no es *data centers* ni servidores, sino en la nube. Todo se empieza a encadenar, la digitalización de hace dos años lleva a la analítica y la demanda de inteligencia artificial, lo cual abre nuevos flancos, ahí es donde entra la ciberseguridad.

¿Qué sectores están liderando la demanda por sus servicios?

El segmento de industrias, hidrocarburos, gas, y todo lo relacionado está haciendo lo que hicieron las empresas de *retail* y servicios hace dos años. Están reformulando y digitalizando sus procesos porque en su momento, al no tener la exigencia de un cliente final, pudieron tardarse un poco más en invertir en tecnología, pero ya toca. El mundo vio la luz en la pandemia, vieron las eficiencias de la digitalización que se tradujeron en grandes ahorros. Empresas como hidrocarburos y petróleo están incursionando en el internet de las cosas y la automatización de los procesos.

¿Más empresas están demandando servicios de acompañamiento sobre soluciones puntuales?

Hay dos mundos. Vendemos servicios de infraestructura, soporte, desarrollos, procesos puntuales de corto plazo. Pero también están los de largo plazo, que son los de acompañamiento. Es un mix, ahorita es 50%-50%, pero antes de la pandemia el 80% era de corto plazo, cuya participación ha venido disminuyendo por la aceleración de productos mucho más complejos como analítica, ciberseguridad y *cloud*. Hace tres o cuatro años lo vendíamos, pero solo para ciertas empresas. El grueso de las empresas recién se dio cuenta en la pandemia, ha sido un *tipping point* para acelerar la transformación de todas las industrias. Son contratos de un año o dos años en lugar de que sea una cosa de un par de meses.

Tags:

tecnología

analítica digital

Sapia

transformación digital

Te llevamos a donde quieres llegar.

Solicita un préstamo de capital de trabajo

para tu empresa aquí

Global Perú, Socio desde 2019

Abaco

40

"El segmento de industrias, hidrocarburos y gas está haciendo lo que hicieron las empresas de retail y servicios hace dos años"

Más en Tecnología

Tecnología

9 de abril de 2022

Leasy en la mira: startup que ofrece crédito vehicular a conductores de apps de taxi



🕒 Lectura de 2 min

Tecnología

2 de abril de 2022

Yuno en la mira: startup que busca unificar los métodos de pago en una sola plataforma



🕒 Lectura de 2 min

Tecnología

10 de febrero de 2022

Redes que vale la pena aprovechar, por Virginia Nakagawa



🕒 Lectura de 4 min