HUAWEI Servicios

Edición Norte de Latino América

HUAWEI SmartCare™
¡La Verdadera Administración de la Experiencia del Usuario ha Comenzado!

Orientados al Talento Humano

Creciendo con Nuestros Socios

UNE Colombia - Reduciendo el OPEX, Incrementando la Satisfacción del Usuario Final

CNT Ecuador - Construyendo la Transmisión Nacional a Futuro

ICE Costa Rica - Vanguardia Tecnológica con Solución EOT

Junio 2012
Año 1, Número 1

Beyond Operational Excellence, Collaboration for Innovation & Growth

Managed Services Solutions

It can be done better!

HUAWEI PROFESSIONAL SERVICES

Huawei Managed Services,

- State of the art OSS tools (E-iNOC)
- TM Forum certified process (MSUP)
- Fastest growing Managed Services provider
- Corporate commitment for long term partnership

Over 200 Managed Operation contracts globally, serving 90 operators in more than 60 countries.

www.huawei.com/en/services

HUAWEI

Patrocinador:
Global Technical Service Department
of Huawei Technologies Co., Ltd

Asesores:
Qin Hua, Pan Junfeng,
Zhang Zhenhua, Zhou Jinjun

Editor en Jefe:
Tang Xiaoliang
(tangxiaoliang@huawei.com)

Editor Ejecutivo en Jefe:
Benjamín González Ordóñez
(benjamin.gonzalez@huawei.com)

Miembros Editoriales:
Alejandro Araiza, Ana Santillana, Crixstina González, Francisco Valenzuela, Juan Rosales

E-mail: HuaweiServicios@huawei.com

Copyright © Huawei Technologies Co., Ltd. 2012. Todos los derechos están reservados.

SIN GARANTIA

Ninguna parte de este documento puede ser reproducida o transmitida de cualquier forma ni por ningún medio sin el previo consentimiento por escrito de Huawei Technologies Co., Ltd.

El contenido de este documento es sólo con fines de información y se proporciona "tal cual". Salvo conforme a las leyes aplicables, ningún tipo de garantías, ya sea no objetivo, se realizan en relación con el contenido de este documento. Hasta el máximo permitido por la ley aplicable, en ningún caso Huawei Technologies Co., Ltd será responsable por cualquier negocio de daños o pérdida de beneficios, especial, incidental, indirecta o consecuencial, ingresos, datos, buena voluntad o ahorros previstos que surjan de o en conexión con cualquier uso de este documento.

Para consultar nuestro portafolio de servicios ingresa a las siguientes direcciones:

México
www.huawei.com/mx/services
Colombia
www.huawei.com/co/services
Venezuela
www.huawei.com/ve/services
Ecuador
www.huawei.com/ec/services
Centro América y El Caribe
www.huawei.com/cc/services

2012, el Año de Servicios Profesionales

En un mundo donde las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC) están creciendo rápidamente, somos testigos del tsunami digital con los grandes avances en los campos de la computación y del software. Es básico diferenciarse de la competencia por medio de valores corporativos sólidos, por la búsqueda de la excelencia laboral continua, por novedosas actividades de marketing y estrechando cada día la relación con nuestros clientes. Los Servicios Profesionales de Huawei se fortalecieron durante el 2011 gracias a las soluciones E2E (end-to-end) que ofrecemos en nuestro amplio portafolio de servicios. Es en el 2012 donde veremos la consolidación de los Servicios Profesionales de Huawei.

Qué mejor momento para anunciarles con gran orgullo la publicación del número 1 de la revista HUAWEI SERVICIOS, Edición NORTE de LATINO AMERICA.
Esta publicación será un espacio para nuestros clientes y para nuestros empleados; un canal para habilitar una comunicación eficiente entre las oficinas representativas de cada uno de los países de la región y los operadores, en el cual podremos compartir experiencias, casos de éxito, retos, nuevas soluciones de servicio, tecnologías y tendencias, así como los eventos más relevantes de la región.

Un ejemplo del contenido en este número lo tenemos en la herramienta que revolucionará el mercado de telecomunicaciones y que ahora ha llegado a nuestra región: HUAWEI SmartCare™. Los alcances de esta nueva herramienta son muy amplios ya que fue diseñada para mejorar la experiencia del cliente final, así como para mejorar el desempeño de cualquier red.

Este material es parte del gran esfuerzo que Huawei está realizando para estar más cerca de nuestros clientes y empleados, brindándoles la información certera para aumentar nuestra credibilidad y la confianza hacia ellos. Mejorar la percepción de nuestros clientes es una tarea de todos y debe aumentar día a día siendo el reflejo del empeño que cada uno pone en sus labores cotidianas. Les invito a utilizar adecuadamente este medio y que juntos logremos que el 2012, sea el año de los Servicios Profesionales de Huawei.

Qin Hua
Vice Presidente de Delivery & Service
Norte de Latino América

CONTENIDO

P01 Editorial

Soluciones

P04 HUAWEI SmartCare™:
¡Mejorando la Experiencia del Usuario Final!

P08 Learning Services:
Orientados al Talento Humano

Tendencias

P10 Redes Sociales:
Acercándonos a Nuestros Clientes

Nuestra Gente

P12 Creciendo con Nuestros Socios

Casos de Éxito

P14 UNE, Colombia
Reduciendo el OPEX,
Incrementando la Satisfacción del Usuario Final

P18 CNT, Ecuador
Construyendo la Transmisión Nacional a Futuro

P22 ICE, Costa Rica
Vanguardia Tecnológica con Solución EOT

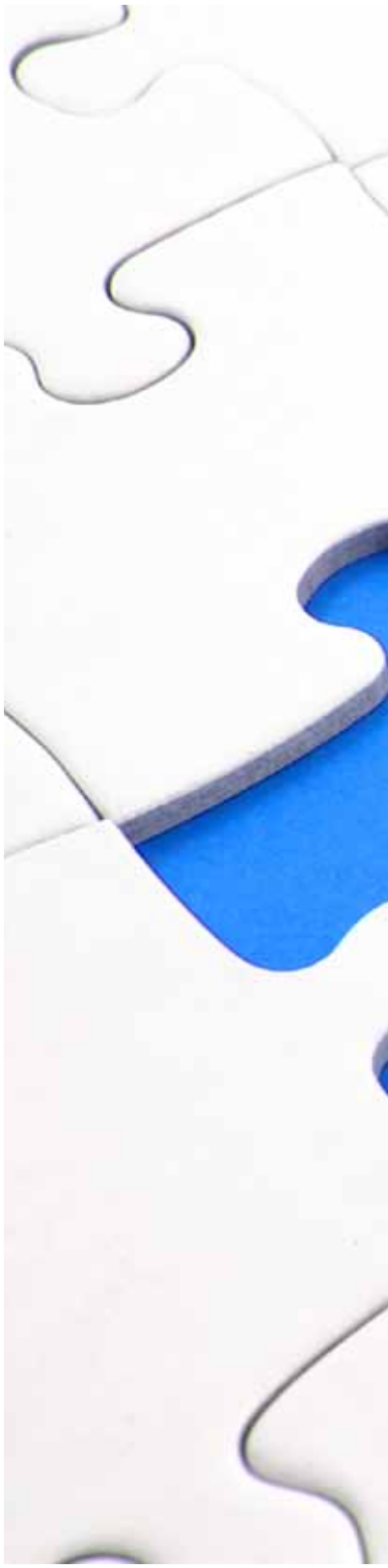
Eventos

P26 Exhibición Huawei ICT 2012

P28 Workshop 2012:
Servicios Profesionales de Huawei

Recursos

P30 Huawei Service Showcase NLA:
Un Espacio para Nuestros Clientes



HUAWEI SmartCare™

¡La Verdadera Administración de la Experiencia del Usuario ha Comenzado!

HUAWEI SmartCare™
¡Mejorando la Experiencia del Usuario Final!

Por Alejandro Araiza

Por años, los operadores de la industria de las telecomunicaciones y en específico de las redes de telefonía celular, han trabajado arduamente para tratar de mejorar la experiencia de sus clientes en relación al servicio que ofrecen.

Durante esta búsqueda se lograron establecer indicadores de calidad específicos, entre ellos los Indicadores Clave de Desempeño (KPIs por sus siglas en inglés) los cuales permiten medir de forma cuantitativa el desempeño general de cualquier red. Estos indicadores se han replanteando y optimizado con el paso del tiempo a fin de obtener indicadores más precisos y aproximados a la calidad del servicio que los usuarios de la red experimentan.

Hace algunos años, tanto operadores como sus proveedores incluyendo Huawei, observaron que a pesar de los intentos por mejorar los indicadores, era muy difícil alcanzar los objetivos que se habían planteado, así como mejorar la calidad del servicio y desde luego, que los clientes experimentaran dicha mejora.

Fue entonces, que surgió la idea de profundizar el análisis de la calidad del servicio y la experiencia final del los usuarios; de esta manera se creó el concepto de Indicadores Claves de Calidad (KQIs por sus siglas en Inglés), los cuales mediante métodos de medición permiten la recolección

de datos muchos más precisos de la calidad de servicio de los usuarios.

Actualmente la tendencia de mejorar la experiencia de los usuarios ha tenido un gran auge ya que es un punto crítico para retener e incrementar el número de clientes de los distintos operadores en un mercado cada vez más competitivo. Huawei, uno de los proveedores líderes en el mercado de las telecomunicaciones e innovadores por excelencia dentro de la industria, creó una marca registrada llamada HUAWEI SmartCare™, la cual comprende una serie de servicios y plataformas que permiten medir y optimizar la calidad del servicio y la experiencia del usuario, además de la administración y mantenimiento de la calidad de servicio de la red, con el fin de tener una idea clara del comportamiento y experiencia que tiene cada uno de los usuarios de la red.

Service Quality Discovery

La solución Service Quality Discovery forma parte del portafolio de servicios de SmartCare y comprende varios módulos entre los cuales se encuentra la definición de los KQIs y su obtención; esto permite al operador tener una visión clara del estatus de la calidad del servicio que está ofreciendo a los usuarios y así mejorarla y administrarla de una manera óptima.
Otro de los módulos comprendidos, es el análisis de distribución y utilización de servicios y aplicaciones. Huawei, a diferencia de los métodos de medición de calidad que se ofrecen tradicionalmente en el mercado, creó el concepto llamado PSPU (Per Service Per User) basado en la tecnología DPI (Deep Packet Inspection), la cual consiste como su nombre lo indica, en la inspección de la información útil de los paquetes dejando fuera el encabezado. Lo anterior permite, no solo saber el porcentaje de utilización de los recursos de la red en base a las diferentes aplicaciones y servicios que se ofrecen, sino también tener la relación de la cantidad de aplicaciones y servicios que está utilizando cada usuario o grupo de usuarios registrados en la red.

Este novedoso concepto da una clara idea del comportamiento de los usuarios en la red, y permite realizar una mejor planeación y manejo de recursos, así como la optimización puntual de la calidad del servicio que reciben los usuarios de la red.

En conclusión, mediante este servicio y el concepto PSPU, el operador puede reducir la inversión en capacidad de la red optimizando la utilización de recursos, además de mejorar el proceso de optimización de la red evitando realizar optimizaciones masivas y enfocándose a optimizaciones puntuales sobre usuarios o grupos de usuarios específicos con una calidad de servicio deficiente, lo que a su vez se traduce en un ahorro en el costo de operación y finalmente como objetivo principal, mejorar la percepción de la calidad de servicio que tiene cada uno de los usuarios de la red.

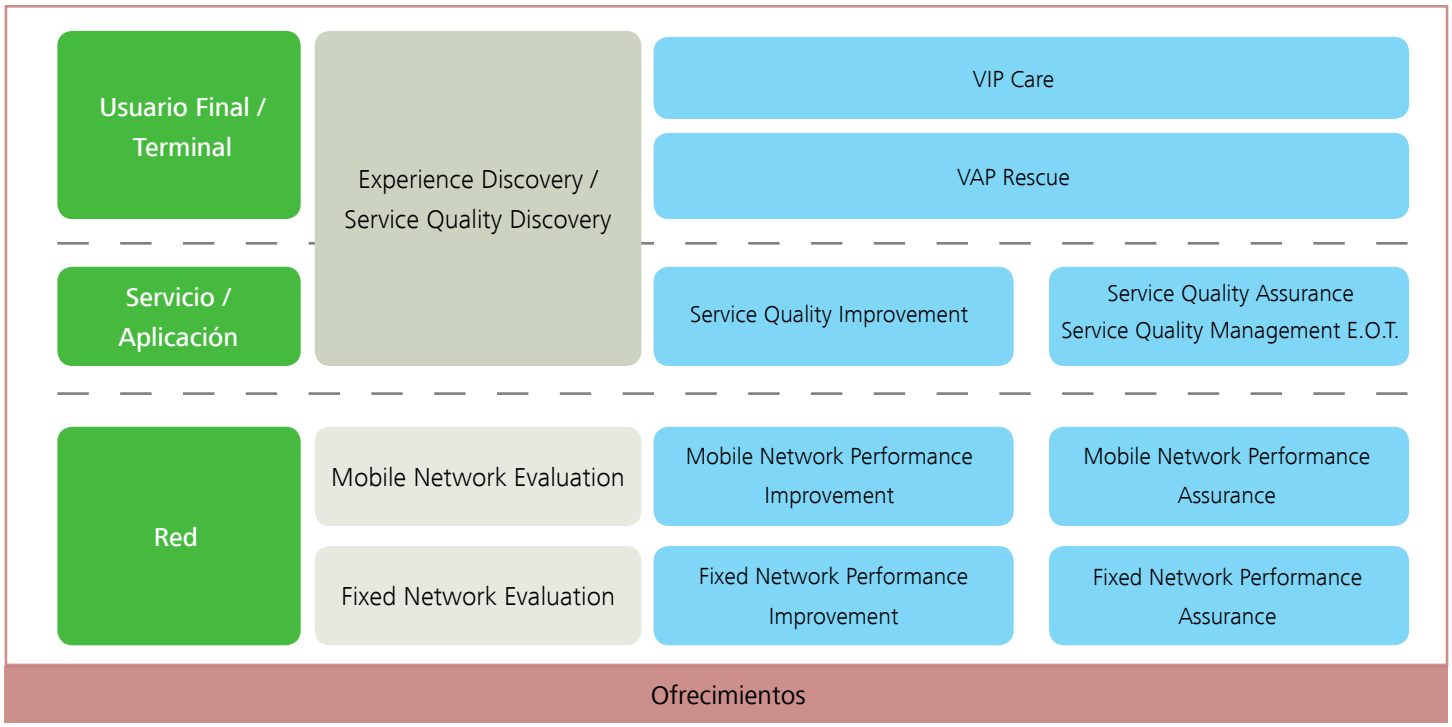
Device Discovery

La solución Device Discovery de Huawei, desarrolla un análisis multi-factores (tipo de dispositivo, marca, sistema operativo, tráfico, servicio y señalización) capaz de identificar el efecto de cada dispositivo en la red y generar propuestas para eliminar riesgos, así como incrementar el desempeño del dispositivo.
Esta innovadora solución permite visualizar la distribución de todos los dispositivos en la red. Mediante esta característica se puede realizar una predicción de crecimiento de cada una de las terminales, lo que nos lleva a tener una planeación más acertada de la inversión en cuanto a dispositivos y recursos del sistema que se tendría que realizar a corto y mediano plazo.

Otro punto importante en este módulo es el análisis del desempeño de terminales, no solo por marca sino también por modelo de dispositivo dentro de la red, lo cual es de gran ayuda para reconocer que tipo de terminal presenta algún conflicto y tomar acciones correctivas al respecto.

VIP Care

Tradicionalmente, el operador no tenía la facultad de hacer una clasificación de usuarios con el objetivo de priorizar la administración ni tenía una clara idea del comportamiento de los mismos. La solución VIP Care de Huawei, fue diseñada como respuesta a dicha



necesidad, la cual permite obtener información muy detallada para conocer el comportamiento de los usuarios que se consideren con alta prioridad, al grado de identificar el tipo de servicios que más utilizan, la cantidad de recursos que consumen, la calidad del servicio que reciben, el tipo de dispositivo que manejan y tener a la mano la información histórica de todos estos datos.

Esta información es extremadamente valiosa para los distintos operadores, ya que pueden detectar problemas que alguno de estos usuarios experimente en tiempo real, resolverlos a la brevedad y solucionarlos en un tiempo menor al usual, así como asegurar que la experiencia que tenga este tipo de usuarios en relación a la calidad del servicio sea excelente.

VAP Rescue

En la industria de las comunicaciones, la competencia es cada vez más intensa y los operadores tratan mediante diferentes medios de evitar la migración de usuarios a otras compañías. Estos medios incluyen campañas mercadológicas, optimizaciones en el manejo de quejas de usuarios, etc.

La solución VAP Rescue ha revolucionado el proceso de atención a quejas, siendo ahora más proactiva. Huawei ha creado el concepto "Very Annoyed Person" (VAP), el cual hace referencia a usuarios con problemas recurrentes dentro de la red. Estos usuarios pueden ser monitoreados de manera rutinaria con el fin de detectar las fallas oportunamente y evitar así posibles quejas.

A continuación se destacan algunos de los beneficios que el operador tiene al utilizar los servicios mencionados:

- Visualización detallada del comportamiento de los usuarios.
- Mejora en la administración de los usuarios de la red.
- Reducción significativa en el tiempo de solución de problemas y atención a quejas.
- Reducción del porcentaje de migración de usuarios de otros operadores.
- Gestión de calidad de servicio de los usuarios VIP.
- Visualización de distribución y desempeño de terminales.

Reconocimiento de la Industria

HUAWEI SmartCare™ fue premiado con la excelencia en la percepción del cliente en Servicio de Calidad. Premio otorgado por Frost & Sullivan

"Actualmente HUAWEI SmartCare™ ha cambiado los estándares de seguridad de las redes", dijo el jurado de Frost & Sullivan. *"HUAWEI SmartCare™ ofrece monitoreo en tiempo real y la garantía de la calidad del servicio de prevención y de la experiencia del usuario, ayudando así a los operadores a tener una mejor experiencia y de manera oportuna".*

HUAWEI SmartCare™ premiado en Shenzhen por el excelente servicio móvil durante la 26ª edición de los Juegos Mundiales Universitarios.

"La tecnología de Huawei SmartCare™ es excelente y la cooperación a través de los Juegos Universitarios Mundiales en el 2011 resultó imprescindible en apoyo de las comunicaciones móviles durante todo el evento", dijo el Director del Departamento de Mantenimiento de Shenzhen de redes móviles. "La satisfacción del cliente es de suma importancia para nosotros y con la solución dada por Huawei los clientes están muy satisfechos con la alta calidad de servicio recibido."

Learning Services:
Orientados al Talento Humano

Por Juan Manuel Rosales Miranda

El talento Humano para Huawei es uno de los recursos estratégicos más valiosos de la organización, por lo cual se ha dedicado al diseño de estrategias de educación que aseguran el desarrollo integral de quienes están involucrados en la industria de las tecnologías de la información y comunicaciones (TIC).

Mientras Huawei continúa creciendo como uno de los proveedores de soluciones de redes líderes en el mundo, los Servicios de Educación (Learning Services) de Huawei han compartido su experiencia y conocimiento en el dominio de las telecomunicaciones por los últimos 20 años y han capacitado a más de 400,000 empleados de los principales operadores en todo el mundo.

Al proveer soluciones de aprendizaje en todos los niveles y durante las diferentes etapas del desarrollo tecnológico, Huawei apoya a sus clientes en el aseguramiento de la calidad de los servicios proporcionados a los usuarios finales a través de la optimización en el uso de los equipos, plataformas, herramientas y tecnologías adecuadas a las necesidades actuales en la industria de las telecomunicaciones.

Los Servicios de Educación de Huawei han experimentado cambios constantes con innovación; esto ha requerido la transición de soluciones de entrenamiento tradicionales al cumplimiento de la responsabilidad social del desarrollo de talentos en la industria de las TIC y a la conducción

Soluciones de Servicio de Educación

¿Cómo alinear las metas operacionales con el desarrollo del personal?	Consultoría de Competencia (CC)	• Asesoría Técnica de Competencias y Certificación (TCAC) • Servicio de Gestión de Competencias (CMS) • Gestión de Aprendizaje (ML)
¿Cómo mejorar la eficiencia del aprendizaje y optimizar el tiempo de trabajo?	Transferencia de Conocimientos (KT)	• Entrenamiento de tecnología de telecomunicaciones • Entrenamiento técnico de productos • Academia Huawei en línea • Desarrollo de personal técnico de nuevo ingreso • Ultra práctica
¿Cómo determinar la trayectoria del desarrollo de una carrera?	Certificaciones Huawei (HC)	• Certificación de carrera • Certificación conjunta • Certificación académica • HC y HE

de la competencia de los empleados para mejorar constantemente el desempeño organizacional y el logro de las estrategias corporativas.

Actualmente estamos sometidos a una notable transformación la cual está "orientada a las personas y al desarrollo de competencias en la industria de las TIC".

Algunos de los retos que trae la intensa competencia en el mercado de las telecomunicaciones son:

- Facilitar la apreciación del capital humano y reducir el TCO (Total Cost of Ownership).
- Establecer rápidamente competencias de O&M y mejorar la percepción de los usuarios finales.
- Mejorar nuestro desempeño organizacional para ajustarnos a los objetivos estratégicos corporativos.

Debido a los retos arriba descritos, los Servicios de Educación de Huawei se conducen en concordancia con la transformación e innovación. Esto ha resultado en la transición de programas de entrenamiento tradicionales en servicios de competencia centrados en el empleado, con la ayuda exclusiva de un desempeño organizacional en constante mejora y ayudando al logro de las estrategias corporativas.

Para la nueva tecnología LTE (Long Term Evolution), varios operadores de Telecomunicaciones en la

Expertos de Learning Services de Huawei

región Norte de Latino América han seleccionado a Huawei como proveedor para utilizarla en la plataforma de su red y manejarla de forma eficiente desde la instalación, prueba, operación y mantenimiento incluyendo los aspectos de ingeniería para la planeación y dimensionamiento.

Huawei proporcionará los programas de entrenamiento para las diferentes aéreas en concordancia con el papel de trabajo, las responsabilidades y funciones principales para cada posición dentro de la organización. Huawei ha creado una red de centros de aprendizaje tanto locales, regionales y globales para llevar el conocimiento y la experiencia a todos los lugares alrededor del mundo.

En el Norte de América Latina existen tres centros regionales de educación que se ubican en México, Colombia y Venezuela, los cuales trabajan enfocados a proporcionar soluciones personalizadas para cada cliente en particular.

Huawei cuenta con el servicio de consultoría en el desarrollo de competencias técnicas TCAC (Technical Competence Assessment and Certification), que se enfoca al apoyo de los objetivos estratégicos, técnicos y operacionales de sus clientes, poniendo especial énfasis en el desarrollo integral del capital humano.

La certificación de los conocimientos técnicos adquiridos es una solución adicional que actualmente ofrece Huawei con modelos estandarizados y con reconocimiento curricular; los programas de certificación que se ofrecen son en Datacom, Transmisión, Cloud Computing y LTE.

Redes Sociales: Acercándonos a Nuestros Clientes

Por Benjamín González Ordóñez

La actividad en las redes sociales es un fenómeno creciente y de moda mayormente en las generaciones jóvenes.

Durante un día, una persona puede invertir más de 4 horas en Internet, principalmente en las redes sociales entre las que se encuentran Facebook, Twitter, YouTube y Google Plus, cada una con su propia función; estar en contacto con amigos y familiares, encontrar personas, subir imágenes o comentarios, crear un álbum fotográfico, subir o descargar videos, etc.

Esta actividad se ha convertido en la primer razón por la cual los cibernautas entran a la red, disminuyendo así el uso de los correos electrónicos.

De los 2.2 billones de usuarios en línea que hay actualmente en el mundo, 217 millones se encuentran en Latinoamérica, convirtiéndose en una de las regiones del mundo donde las redes sociales han tenido un impacto real modificando los patrones de comportamiento dentro del internet, o inclusive en la vida cotidiana de las personas.

Facebook es el ejemplo más claro. En el 2004 tuvo un crecimiento de 4 millones de usuarios alcanzando un total de 750 millones en el 2011. Actualmente hay más de 900 millones de usuarios activos a nivel mundial *(Fuente: Clickfox, Social Media: An Emerging Customer Service Channel).* Brasil es el segundo país con más afiliados a Facebook con 47 millones de usuarios, seguido por México en quinto lugar con 33.1 millones *(Fuente: "The Global Media Intelligence Report").*

YouTube, con 17.5 millones de usuarios únicos por mes, se ha convertido en el sitio número uno de entretenimiento multimedia, el tercer sitio más visitado y la segunda red más popular después de Facebook en el mundo.

Twitter genera diariamente más de 250 millones de tweets a nivel mundial *(Fuente: "How Twitter Was Born").*

Sin embargo, las redes sociales se han diversificado y aun con objetivos diferentes, hay temas importantes en común que se deben tomar en cuenta para aprovecharlas al máximo.

Conexión y Colaboración con Colegas

La construcción de una marca depende de todas las personas que laboran dentro de una empresa. El 66% de los empleados concuerdan en que las redes sociales estimulan la comunicación y la aportación de ideas. (Fuente: Altimeter Group).

Además, fortalecen los lazos dentro de las personas que laboran en la misma

ya que facilitan la comunicación, hacen evidentes los intereses compartidos, así como el sentido de bienestar común hacia la empresa en la que trabajan.

Cada empleado debe ser un embajador de la marca aprovechando su participación dentro de las redes sociales. Ellos pueden ser partícipes para divulgar los valores de la empresa, su misión, visión y sus acciones sociales dentro de diversas comunidades. Pueden ejercer una gran influencia dentro de sus grupos sociales de forma benéfica para la empresa o la marca.

También es un canal para compartir un número interminable de ideas frescas.

Escuchando y Aprendiendo de nuestros Clientes

Actualmente las redes sociales atienden la mayor parte de quejas o solicitudes de los clientes; 62% expresan su opinión dentro de éstas incluso más que los Call Centers, por lo cual es importante siempre estar atentos y escuchar su voz.

Además de fortalecer la interacción entre compañeros, las redes sociales permiten conocer a los clientes a profundidad, interactuar con ellos, posicionar nuestra marca, mejorar la eficiencia y la comunicación, así como obtener información de acuerdo a los objetivos que se establezcan.

Los canales sociales abren nuevas ventanas de oportunidades. En un mundo social, el contexto y la inmediatez son pre-requisitos para tener éxito en la interacción con los clientes. Cautivando la atención de ellos en el momento preciso y en el lugar adecuado, podemos detonar los diferentes tipos de interacciones y actividades que impulsen nuestra marca y generen ventas.

Nuevas Oportunidades, Mayores Expectativas

La web social está cambiando radicalmente las interacciones entre las empresas y las comunidades. Una de las mayores oportunidades de las marcas es su capacidad de aportar información y diálogos interesantes, así como ofrecer experiencias notables a través de la unión de las aplicaciones y las redes sociales.

Nuestra comunidad social se está extendiendo más allá de los clientes, de los prospectos y de los empleados. Es buen momento para que nuestros servicios y soluciones adquieran una "personalidad social" con nuevos amigos y seguidores y fomentar una gran lealtad hacia ellos.

Huawei Servicios ahora en las Redes Sociales

A partir de Marzo 2012, **Huawei Servicios NLA** inició actividades en cuatro de las principales redes sociales y se ha hecho presente en la interacción con nuestros empleados y clientes, asi como con otras comunidades de estudiantes universitarios y con todos los que conforman el sector de las TIC.

Allí podrás encontrar videos, casos de éxito, noticias relevantes, eventos, actividades de mercadotecnia y más.

Hemos iniciado el camino para acercarnos a nuestros clientes. Te invitamos a que seas parte de estas redes sociales y las utilices como una herramienta útil.

Huawei Servicios está ahora presente en diferentes redes sociales.
Para mas información, escríbenos a:
HuaweiServicios@huawei.com

Creciendo con Nuestros Socios

Entrevista por Benjamín González

Sr. Pan Junfeng,
Director de los Departamentos de Service Solution & Marketing y de Assurance & Managed Services de Huawei para el Norte de Latino América.

El Sr. Pan Junfeng ingresó a Huawei en el 2004 y ha obtenido una gran experiencia trabajando en áreas como diseño de redes inalámbricas, engineering delivery, aseguramiento de redes, marketing, ventas de soluciones y servicios.

Huawei Servicios: ¿Por qué los Servicios Profesionales pueden contribuir para mejorar el negocio con nuestros clientes?

Pan Junfeng: Con el desarrollo de la industria de las Telecomunicaciones, la venta de soluciones se ha vuelto cada vez más importante y los proveedores de telecomunicaciones deben y necesitan cambiar la manera de enfrentar al cliente, con soluciones integradas incluyendo Servicio Profesional. En un futuro, también se establecerá el valor de las telecomunicaciones con el servicio y la aplicación.

Las redes de los clientes se vuelven muy complejas debido a la actualización de la tecnología y servicio más enfocado en los datos. Así, en la O&M, además de garantizar la seguridad de operación de la red, nuestros clientes enfrentan otros desafíos para reducir el OPEX, incrementar la percepción del usuario final y la eficiencia de la operación. En relación al CAPEX, ¿Cómo seleccionar la dirección de las inversiones para equilibrar la cobertura de la red, la capacidad y los ingresos? Por lo anterior, las soluciones de los Servicios Profesionales se deben considerar para resolver sus puntos débiles.

Huawei estableció un portafolio completo de servicios profesionales, las cuales pueden coincidir con el flujo de negocio de nuestros clientes contribuyendo a su éxito .

Huawei Servicios: ¿Cuál es su visión de la compañía en la región?

Pan Junfeng: Estoy aquí como líder del Departamento de servicio para escuchar las necesidades de nuestros clientes, analizar y entender el punto crítico de cada uno de ellos y utilizar nuestra mejor solución de servicio para ayudarles a resolver sus problemas. Estamos aquí para crecer junto a nuestros clientes, y tener éxito juntos en el mercado de las telecomunicaciones de América Latina.

Huawei Servicios: ¿Cómo percibe el mercado de las telecomunicaciones en la región?

Pan Junfeng: La industria de las telecomunicaciones ha crecido rápidamente en los últimos años en la región de Latino América. Huawei ha estado presente por más de diez años con un crecimiento de alta velocidad. Así que me siento muy confiado para este mercado.

Huawei Servicios: ¿Cuáles son las estrategias de Huawei Servicios para este 2012?

Pan Junfeng: Nuestras estrategias son muy claras desde que preparamos el plan de negocios a principios de este año. El Servicio es una experiencia administrada y orientada, por lo tanto somos muy cuidadosos de mantener la satisfacción de nuestros clientes, asegurándonos que la prestación de los servicios sea un resultado "ganar-ganar".

También estamos planeando realizar más promoción; cada trimestre nuestro equipo de servicio llevará a cabo una Revisión Estratégica de Socio de Servicio (SSPR por sus siglas en inglés – Strategic Service Partner Review) junto con nuestros clientes para revisar todas las actividades con el fin de mejorarlas.

Asimismo, recopilaremos nuevos requisitos para escalar en el sistema de TI y personalizar nuestra solución. En la segunda mitad del año, tendremos una Congreso de Servicios Profesionales de la región NLA, donde realmente esperamos que Huawei se convierta en el socio estratégico principal de nuestros clientes.

Huawei Servicios: ¿Cómo ha sido el desempeño de Huawei Servicios en la región?

Pan Junfeng: En los pasados 3 años, Huawei Servicios ha tenido una tasa de crecimiento de mas de 30%, lo cual hace a la región del Norte de Latino América, una de las más rápidas en cuanto a crecimiento global.

Hemos tenido una estrecha colaboración con Telefónica en los Servicios Administrados y el Servicio de Aseguramiento de Redes está dando cobertura a todos los clientes de la región

Huawei Servicios: ¿Cuáles son los principales retos de Huawei en la región?

Pan Junfeng: Aún necesitamos mejorar ciertas plataformas en la región, tales como el NOC (Centro de Operaciones de la Red), RNAC (Centro de Análisis de Red de la Región) para fortalecer nuestra capacidad de entrega. También mejoraremos nuestra capacidad de comprender profundamente la red de nuestros clientes, así como sus negocios y a sus usuarios. Asimismo, introducir a más expertos para la investigación y desarrollo de soluciones.

Huawei Servicios: ¿Cuál es la meta de Huawei Servicios para los próximos años?

Pan Junfeng: Continuaremos creciendo en este mercado. Nuestra meta es ser el mejor socio de servicios en esta región.

Huawei Servicios: ¿Cómo distribuye su tiempo entre el trabajo y sus actividades de entretenimiento, y cuáles son sus actividades favoritas?

Pan Junfeng: Entre semana estoy dedicado al trabajo completamente pero además me gusta cocinar y los fines de semana invito a mis amigos y colegas a cocinar y comer juntos y pasar un tiempo platicando de varios temas.

UNE, Colombia:
Reduciendo el OPEX, Incrementando La Satisfacción del Usuario Final

Por Benjamín González Ordóñez

El mercado de las telecomunicaciones día a día se vuelve más complejo y competido. Las principales razones son la entrada de nuevos competidores, amplia variedad de servicios ofrecidos y la velocidad del desarrollo tecnológico en el mundo. Hay gran presión para las empresas en este mercado debido a que los consumidores buscan precios accesibles con la misma gama de servicios, por lo tanto sus costos de operación deben ser menores. Un ejemplo claro ocurre en Colombia con el operador UNE el cual ha logrado un crecimiento anual mayor a 28% contra 24.9% de su competidor más cercano.

UNE es una empresa Colombiana que desde su creación ha sido fiel al compromiso de conocer en detalle a sus clientes, identificar sus prácticas de consumo y diseñar soluciones a la medida de sus necesidades. En el 2005, después de analizar el entorno económico de Colombia, las necesidades de los clientes así como de los negocios potenciales, Empresas Publicas de Medellín replanteó sus principales servicios y establecieron tres grupos estratégicos de negocios: Energía, agua y telecomunicaciones.

Fue entonces que en julio del 2006 se fundó EPM Telecomunicaciones S.A., siendo su principal marca UNE constituida como una empresa pública propiedad 100% de EPM.

Sus objetivos principales son proporcionar servicios de tecnologías de la información y de comunicaciones a clientes en todo el país tanto residenciales como de negocios empresariales e internacionales. En agosto del 2007 se produjo la integración operativa, comercial y organizacional con otras dos empresas propiedades de UNE.

Estableciendo Objetivos Claros

Fue en el 2009 cuando UNE estuvo bajo gran presión debido al incremento del OPEX (gastos de operación, por sus siglas en inglés) de la empresa, por lo tanto, decidió desempeñar en forma más eficiente las labores operativas necesarias para la prestación de sus servicios, tales como los procesos de instalación y mantenimiento para así reducir su OPEX.

Finalmente, después de realizar un estudio interno de productividad en el cual se cambia la estrategia de contratación de los servicios de instalación y mantenimiento y se introducen nuevas tecnologías a dichos procesos, UNE inicia en el 2009 un competido proceso licitatorio para la prestación de los servicios de instalación y mantenimiento de última milla en redes fijas, cuyo Grupo 3 fue adjudicado a Huawei en abril de 2010. La duración del contrato abarca 36 meses. Los principales servicios que son proporcionados por Huawei son:

Mantenimiento correctivo
en las premisas del cliente, la instalación de todos los servicios de telecomunicaciones fijos que UNE proporciona y la solución integral de instalación de servicios para los clientes empresariales.
Esto incluye servicio tradicional de TV sobre redes HFC, servicio de Televisión Interactiva o IPTV sobre redes de cobre utilizando la tecnología xDSL, telefonía fija tradicional y VoIP, internet de banda ancha para hogares a través de las redes de HFC (Hybrid Fiber Coaxial) y cobre.
Los servicios provistos por Huawei en este proyecto incluyen todo el suministro de mano de obra, transporte, materiales,

"La organización en sus procesos y la calidad humana han sido factores claves en el desarrollo del proyecto".

Jorge Mario Ortiz Herrera,
Administrador del Acuerdo Comercial de UNE con Huawei.

para cumplir a cabalidad con los términos establecidos en el contrato. UNE es una compañía de cobertura nacional.

Su estrategia para la prestación de los servicios de instalación y mantenimiento es sectorizar el país en tres grandes zonas: Norte, Centro y Sur. Así pues, Huawei comparte este proyecto de red fija con 2 proveedores colombianos que operan en la zona Norte y la zona Centro.

La cobertura del servicio prestado por Huawei se centra en la zona sur occidental, territorio que incluye entre otras, la zona sur de Medellín, segunda ciudad más importante de Colombia y donde se encuentra la mayor parte del mercado empresarial de UNE y toda la zona sur del área Metropolitana de Antioquia que cubre 5 municipalidades. Esta parte de la red proporciona servicio a más de 3 millones de usuarios.

"En un ambiente de competencia como el que se está viviendo actualmente en el sector de las Comunicaciones en Colombia, en el cual cada día los tiempos de atención en terreno son menores, Huawei ha resultado ser un buen socio de operaciones para UNE"

Bernardo Antonio Castaño Correa
Director de Operaciones Regionales de UNE
EPM Telecomunicaciones.

Las fases para el contrato de UNE han sido: Inicio del contrato en abril de 2010, que cubre todo el proceso de estabilización de los Acuerdos de Nivel de Servicios e inicio del mejoramiento de los indicadores Claves de Desempeño (KPIs, por sus siglas en inglés) del proyecto en junio de 2010. En octubre del mismo año la fase de optimización y finalmente en agosto de 2011 cumplir con el contrato rentable y exitoso.

Dentro de este proyecto, Huawei trabajó de la mano con UNE para poner en operación una nueva plataforma tecnológica que permite a los 800 funcionarios de campo recibir la información correcta en tiempo real de cualquier incidente u orden de trabajo. Esta herramienta también posibilita a los coordinadores y a los gerentes obtener un control real de cada cuadrilla así como su ubicación y la labor que están desarrollando. El sistema se basa en una plataforma proporcionada por el cliente llamada MService. Este software vincula un dispositivo llamado Heavy Duty provisto por Huawei, en el cual cada trabajador de campo recibe la información sobre la labor a ejecutar y va proporcionando toda la información de la evolución de la misma. También permite a los trabajadores estar en constante comunicación con sus supervisores y con el personal de UNE en todo momento.

Los resultados son: Tiempo de respuesta inmediata para incidentes; servicio más eficiente; evitar la impresión de tickets; entrega optimizada de tickets de trabajo y disminuir los tiempos muertos de los funcionarios de campo.

La localización GPS, entrega de reportes de desempeño y las rutas inteligentes

para los técnicos de acuerdo a los parámetros proporcionados por UNE, son ros de los beneficios logrados.

Consolidación en Telecomunicaciones

Hoy UNE ofrece una amplia gama de servicios a precios competitivos como telefonía fija, móvil, IP, Internet, servicios profesionales, videoconferencia y televisión de pago convirtiéndolo en el jugador más importante en el mercado de entretenimiento y comunicación en Colombia.

UNE planteó ser la empresa de telecomunicaciones más competitiva en Colombia como su principal objetivo estratégico hacia el 2015. Debido a esto, UNE ha mejorado considerablemente su desempeño; ahora hay un control total sobre los técnicos y los Acuerdos de Nivel de Servicios se controlan en tiempo real. Las visitas fallidas se redujeron de 40% a 18% y finalmente, con la implementación y uso de los dispositivos MService / Heavy Duty, la optimización y el control de los trabajos de campo han mejorado.

Highlights

Retos del Cliente:

- Reducir el OPEX de UNE.
- Aumentar el grado de satisfacción del usuario final.
- Entrega rápida del servicio requerido para mejorar el tiempo de comercialización.

Solución Huawei:

- Servicio de instalación y mantenimiento de usuarios finales (última milla).
- Productos de telecomunicaciones involucrados: Telefonía Fija, VoIP, Internet de Banda Ancha, IPTV y TV sobre HFC.
- Servicios para clientes empresariales y migración de usuarios a redes modernizadas.
- Equipo armado con más de 800 técnicos, 500 motocicletas y 150 autos.
- Duración: 3 años comenzando en Abril de 2010.

Beneficios del Cliente:

- Administración avanzada del proyecto para asegurar mejores tiempos de atención a los clientes finales.
- Rango de satisfacción mejorado para los usuarios.
- Reducción del OPEX.

En la regional Sur de Colombia, UNE modernizó sus redes de planta externa derivándose con ello la necesidad de migrar sus usuarios finales a la nueva infraestructura. Huawei, comprometido con la meta de UNE, logró migrar más de 14,000 usuarios en menos de un mes, afianzando así la confianza de nuestro cliente en la capacidad operativa y de gestión de la compañía.

De esta manera Huawei está presente una vez más en Latino América, explorando nuevas alternativas de negocio con nuestros clientes para estrechar nuestras relaciones y convertirnos en sus socios estratégicos, mediante la reducción de su OPEX y la satisfacción de sus usuarios finales.

Staff Huawei Maracaibo

Staff Huawei Medellin

CNT, Ecuador:
Construyendo la Transmisión Nacional a Futuro

Por Benjamín González Ordóñez

Expansión de la Red en Ecuador

Corporación Nacional de Telecomunicaciones, Empresa Pública (CNT EP), es el operador líder en el mercado de las telecomunicaciones del Ecuador. En abril 2010, CNT poseía más del 90% de participación del mercado en líneas fijas. Ese mismo año y debido a la fusión de CNT con la empresa de telefonía móvil 'Alegro', su cartera de productos y servicios se potenció, enfocando los esfuerzos empresariales en el empaquetamiento de servicios y en la convergencia de tecnologías en beneficio de sus clientes. CNT actualmente es dueña de la red de fibra óptica más grande en Ecuador con más de 10 mil kilómetros instalados en esa nación.

Durante el 2009, el gobierno del Ecuador decidió ampliar las carreteras de la zona Pacífico de 2 a 4 carriles debido al incremento en la afluencia vehicular. Esta situación coincidió con la ruta que lleva la fibra óptica y con la necesidad de CNT de mejorar su red en la zona Pacífico debido a la afectación que sufría la instalación por la circulación de transportes de carga pesada por una de las carreteras principales.

CNT se planteó varios objetivos; uno de ellos la expansión de la red en el mercado de Ecuador debido al crecimiento de la banda ancha; sin embargo para realizar este proyecto de forma efectiva, CNT se enfrentaba al mismo tiempo con la reubicación de aproximadamente 1000 km de cable de su red de fibra óptica de forma canalizada y aérea, así como realizar un despliegue agresivo en la operación debido al compromiso de terminar la obra en un lapso menor a 6 meses.

Optimización de la Red

Huawei presentó a CNT una solución técnica completa la cual incluyó el cambio de cables y re direccionar la ruta. La solución fue de gran satisfacción para CNT. La operación consistió en mover los cables que estaban un metro y medio de profundidad al borde de la carretera y colocarlos de forma aérea a 25 m de la misma. En gran parte de esta reestructura se instaló fibra óptica canalizada y aérea.

La solución de Huawei ubicó el Centro de Operaciones de la Red (NOC) en Quito; el NOC se encarga específicamente de darle mantenimiento a la fibra óptica y mantenimiento de campo con un equipo de FLM. Las piezas que fallan o necesitan arreglo se las proporcionan directamente al equipo de Huawei; por lo tanto no incluye un SPMS.

Este proyecto de Outsourcing comenzó el 19 de Noviembre del 2009 por un período de duración de 2 años. Debido a la estructura de la red en forma de anillo, así como la coordinación con entes gubernamentales, al realizar todos estos cambios no existió un solo corte en la operación y en el servicio. El lapso de tiempo que duraron estas acciones fue de un año y fueron gestionadas por el equipo experimentado y profesional de Huawei.

La red tiene como característica el anillo nacional SDH, cable de fibra óptica de 48 hilos canalizado y una cobertura mayor a 2 mil Kilómetros, apoyando a la telefonía móvil solo en transmisión.

"Huawei llegó en el momento oportuno cuando nuestro backbone de fibra óptica se encontraba con diversas fallas, principalmente en la zona del Pacífico. Huawei mejoró los tiempos de respuesta y nos dio soluciones definitivas a las zonas con mayor número de problemas", mencionó César Regalado, Gerente General CNT EP.

En el proyecto participó personal altamente capacitado y con mucha experiencia: 48 personas en campo divididas en 12 grupos de 4; el NOC posee 5 personas más un supervisor y da servicio 24x7; un gerente de proyecto y finalmente un asistente de proyecto. Adicional y para apoyar las

> **“Huawei llegó en el momento oportuno cuando nuestro backbone de fibra óptica se encontraba con diversas fallas, principalmente en la zona Pacífico. Huawei mejoró los tiempos de respuesta y nos dio soluciones definitivas a las zonas con mayor número de problemas.”**
>
> **César Regalado**
> **Gerente General CNT EP**

actividades de mantenimiento de campo se administraron 12 vehículos.

Al ser todos los empleados parte del equipo directo de Huawei, se logró una buena integración laboral lo cual permitió que la comunicación fuera sumamente eficiente; se redujo la burocracia así como los procesos que ralentizan acciones y las respuestas inmediatas.

Hubo una gran disposición del personal de campo para cumplir con el trabajo y restituir el servicio a pesar de enfrentarse a factores adversos. Incluso existieron ocasiones en las cuales este esfuerzo pasaba inadvertido, mientras la gerencia se enfocaba en los puntos de mejora para atención de eventos. Esta visión autocrítica nos ayudó a una mejora constante de nuestros procesos.

Nuevas Oportunidades de Negocio

Sin lugar a duda, la firma de este contrato ayudó a mejorar el flujo de caja y rentabilidad del proyecto en general, abriendo nuevas oportunidades de negocio como la obtención de un contrato por correctivos definitivos en la red troncal de fibra óptica de CNT.

El objetivo fundamental de esta clase de contratos es evitar la aparición de los problemas latentes en la red, identificarlos y erradicarlos antes de que se transformen en eventos supeditados a un SLA exigente. La detección a tiempo de estas fallas, ayudaron a coordinar los correctivos definitivos de una mejor manera priorizando aquellos trabajos importantes para la gerencia de CNT.

La clave del éxito de este proyecto fue el tiempo de transición reducido frente a los ojos del cliente gracias al recurso humano con experiencia en el Centro de Gestión y en los grupos de campo a cargo de las labores de mantenimiento. Huawei contrató a personal clave familiarizado con las actividades del proyecto y se concentró en la supervisión y calidad de los trabajos.

Con el extenso y variado portafolio de servicios de Huawei, la tecnología utilizada en nuestros servicios garantiza el desarrollo óptimo de las telecomunicaciones para construir la Transmisión Nacional en Ecuador.

Highlights

Retos del Cliente:

- Expansión en el mercado debido al crecimiento de la banda ancha.
- Despliegue agresivo: La red tendría que estar lista en un período menor a 6 meses.
- TCO alto causado por la compleja gestión de los sistemas de red.

Solución Huawei:

- Solución Turnkey: Diseño de la red, adaptación de sitios, logística, instalación, comisionamiento y optimización de la red.
- El NMS (U2000) de Huawei gestiona todos los equipos (SDH, DWDM, MW, Datacom y Access) involucrados en la red.

Beneficios del Cliente:

- Despliegue y lanzamiento de la red (2,400 km de Fibra Óptica ADSS) en menos de 6 meses.
- Reducción del TCO gracias a la gestión unificada de los sistemas y la alta eficiencia mostrada en el despliegue.
- Se establecieron los cimientos para el Plan de Transmisión Nacional.

ICE, Costa Rica:
Vanguardia Tecnológica Con Solución EOT

Por Benjamín González Ordóñez

La industria de las Telecomunicaciones ha impulsado el desarrollo de los países en materia económica y política. Costa Rica se ha convertido en uno de los mercados de telecomunicaciones más seguros y diversos en América Latina, con una tendencia de crecimiento para los próximos años debido a factores claves como el ingreso de nuevos operadores así como el incremento de los servicios en la telefonía móvil como lo son la recepción y envío de datos por correo electrónico, la descarga de juegos, canciones y aplicaciones entre otros.

El Instituto Costarricense de Electricidad (ICE), la mayor empresa eléctrica y la mayormente utilizada en los servicios de telecomunicaciones de Costa Rica ha apoyado el desarrollo de nuevas tecnologías y ha incrementado su infraestructura en todo el país invirtiendo principalmente en su servicio de banda ancha fija. El servicio de telefonía móvil del ICE comenzó con tecnología analógica en 1994. Debido a las limitaciones existentes en ese tiempo, el ICE modernizó su sistema con tecnología digital TDMA y posteriormente incorporó la tecnología GSM. Las redes inalámbricas como WiMAX, permiten dar soluciones de conectividad de forma confiable a empresas que no cuentan con cobertura por medio de la red tradicional.

En el 2004, el ICE comenzó a realizar acciones estratégicas para la aplicación de un nuevo modelo de desarrollo de las telecomunicaciones de Costa Rica buscando ofrecer servicios de conexión y transporte a través de un plan proactivo para enfocarse en la prestación de servicios de aplicaciones y contenido. Desde un inicio, era necesario cubrir satisfactoriamente los servicios de telefonía fija tanto residenciales y de negocios así como los de la telefonía móvil, para lo cual se realizaron grandes esfuerzos al proporcionar los servicios de conexión necesarios y desarrollar aplicaciones de internet y telefonía.

Con la apertura del mercado de las telecomunicaciones en Costa Rica en el 2009, el ICE representado por su marca Kolbi, buscó la forma de mejorar los servicios de telecomunicaciones para sus usuarios. Como resultado, la empresa decidió ampliar su cartera de servicios con la introducción en el país de la tecnología móvil 3G/UMTS, así como de plataformas para voz y televisión sobre Protocolo de Internet (VoIP y IPTV); esto permitió al ICE incursionar como operador Triple Play es decir, envío simultáneo de voz, datos y video.

En la actualidad, el ICE es el operador dominante en el mercado de telecomunicaciones debido a la lealtad de sus consumidores y a su estructura organizativa de primer nivel con presencia en todo Costa Rica. Con estas condiciones favorables, la organización proporciona una conectividad de alta calidad y ancho de banda en cada rincón y pueblo del país.

Conectando Personas, Mejorando Servicios

En noviembre de 2009, el ICE decide implementar y mejorar su red 3G/UMTS para lo cual realiza un concurso y Huawei gana la licitación del proyecto. La solución fue el Establecimiento, Operación y Transferencia con diferentes servicios como el NOC ubicado en la ciudad de Alajuela a 20 km de la capital San José; el establecimiento de la infraestructura física en todo el territorio de Costa Rica; los Servicios Administrados de Monitoreo de la Red, Primera y Segunda Línea de Soporte, Help Desk, Gestión de Repuestos (Spare Parts Management Services), Mantenimiento de Primera Línea (First Line Maintenance) y finalmente la Gestión de Desempeño de la Red (Network Performance Management). La primera etapa de este proyecto incluía 590 nodos B con 2 núcleos, además de Controladores de Red de Radio (RNC), plataformas de valor agregado y tecnología de microondas.

Los principales servicios ofrecidos por el ICE a sus clientes son los mensajes de voz, SMS, MMS, video llamadas, transferencia de datos, correo de voz y la implementación del plan de prepago completamente administrado por Huawei en las plataformas 3G y 2G. Esta nueva opción diferente a lo tradicional permite a los usuarios pagar por adelantado los servicios de voz, datos y mensajería, evitando cargos al terminar sus minutos de llamadas y simplificando los trámites.

"Los servicios de Operación y Mantenimiento brindados por Huawei al ICE, específicamente para la denominada red SMA-3G, se han basado en la configuración, ajuste de parámetros, adecuación física y lógica, así como la atención de averías y la búsqueda constante de mejoras para las distintas áreas de acceso, núcleo central (core) y plataformas de servicio que componen toda la solución adquirida por el ICE", mencionó José Pablo Blotta, Director de la División de Servicios Móviles del ICE.

El ICE implementó una red 3G/UMTS con una cobertura completa del territorio costarricense, creando una nueva infraestructura para soportar esta plataforma en todo el país, así como la contratación de ingenieros expertos en la gestión de una red con esta tecnología. Sin embargo, el reto para el ICE fue conseguir este grupo de expertos en tan corto tiempo.

> “Los servicios de Operación y Mantenimiento brindados por Huawei al ICE, se han basado en la configuración, ajuste de parámetros, adecuación física y lógica, así como la atención de averías y la búsqueda constante de mejoras para las distintas áreas de acceso, núcleo central (core) y plataformas de servicio que componen toda la solución adquirida por el ICE.”
>
> José Pablo Blotta,
> Director de la División de Servicios Móviles del ICE

Para alcanzar el éxito en este proyecto era necesario personal muy especializado, multidisciplinario y además complejo. El personal de mantenimiento de campo incorporó 17 ingenieros y técnicos FLM establecidos en lugares remotos e inaccesibles y enfocados en ofrecer una respuesta rápida a los incidentes que podrían ocurrir en la red. Este proyecto implicó también un servicio multivendor, necesario para administrar equipos de diversas marcas. El NOC de Costa Rica cuenta con 13 ingenieros trabajando en el mismo modelo de 24x7 y 3 Líneas de Mantenimiento (Front Office, Back Office y Help Desk). Para alcanzar el nivel de rendimiento en la red del ICE, el personal de Huawei de Gestión de Desempeño de la Red (NPM) utilizó el paquete E-iNOC que incluye herramientas de monitoreo como los MOS7100, MOS5200 y MOS5100. Esto permite simplificar y optimizar el rendimiento de los servicios del ICE. También se utilizaron herramientas de administración de red como el M2000, T2000, i2000 y U2000.

Para el soporte de segunda línea se disponen de 17 ingenieros especialistas para las distintas unidades como lo son Wireless, Core CS&PS, Datacom y Microondas.

El equipo de NPM cuenta con 6 ingenieros y sus principales tareas son el monitoreo, la resolución de problemas, el análisis y la previsión de eventos especiales que requieren más recursos de telecomunicaciones.

Las Mejores Soluciones para Nuestros Clientes

Con estas soluciones, la red del ICE logró una tasa de crecimiento anual de más del 100% en tráfico de voz y datos en usuarios activos. De los 843 nodos originales presentados en la primera fase, ahora la red 3G/UMTS alcanzó más de 1000 nodos B. El sorprendente desarrollo y crecimiento de este servicio que ahora tiene más de 1.4 millones de usuarios activos y poco mas de 3 millones de usuarios firmados se debe a la alta calidad de equipos de telecomunicaciones utilizados, así como las altas normas de trabajo de los ingenieros, los procesos optimizados y la confianza que Huawei ha dado al ICE y a todos sus usuarios finales.

Por ejemplo, antes de que Huawei comenzara a trabajar con el ICE, la lista de espera para obtener una cuenta de telefonía móvil y equipos era de 6 meses. En la actualidad, 2 años después de que Huawei asumiera este proyecto los usuarios obtienen el servicio el mismo día en tiempo real.

"Es retador y complejo apoyar esta acelerada tasa de crecimiento", mencionó Javier Ricardo Jiménez Rojas, Director de Aseguramiento y Servicios Administrados de Huawei en Costa Rica.
"La adaptabilidad de nuestro trabajo y entendimiento del cliente fue fundamental en la prestación de soluciones y en el entorno de crecimiento que la red 3G de ICE había presentado durante los últimos 2 años. Hemos estado trabajando a un ritmo muy rápido para apoyar el crecimiento de la red de nuestros clientes".

Por otra parte, José Pablo Blotta, CEO de la División de Servicios Móviles del ICE concluyó: "Durante los 2 años y 3 meses de estar operando la red SMA-3G el ICE ha recibido a satisfacción los servicios descritos, sin embargo, existe conciencia de que se pueden realizar mejoras en todos los aspectos, principalmente los enfocados en la parte de investigación, análisis y optimización de la red. Es necesario agregar funciones secundarias que sirven de insumo para áreas de mercadeo, comercialización, servicio al cliente, gestión, diseño e ingeniería de red del ICE, tal y como lo son la generación de reportes estadísticos, sesiones de trabajo, exposiciones y transferencia de conocimientos".

Hay largo camino que recorrer y Huawei tiene un gran reto para mejorar aun más ahora que la competencia ha iniciado operaciones en la industria de la telefonía móvil de Costa Rica.

El contrato finaliza en el 2015 pero el nivel de compromiso con su socio tecnológico es mayor que nunca en el 2012 para expandir aún más su red, optimizar su desarrollo y ofrecer más soluciones a las necesidades del ICE.

Highlights

Retos del Cliente:

- Nueva tecnología UMTS, LTE y un servicio de entrega rápido.
- Falta de recursos humanos y de experiencia en la operación con UMTS.
- Necesidad de desarrollar suscriptores rápidamente.

Solución Huawei:

- EOT: Establecer - Operar - Transferir.
- NOC: Solución iNOC, con monitoreo de red de 7x24 horas, 2ª y 3ª Línea de Soporte.
- FLM: Primera Línea de Mantenimiento con SPMS, y soporte inicial de Operación de la Red.
- NPM: Gestión de Desempeño de la Red, resolución de problemas y administración de la capacidad.

Beneficios del Cliente:

- Rápido tiempo de comercialización.
- Rápido crecimiento de la tasa de tráfico de la red.
- La calidad de la red ha mejorado constantemente con un escenario de alto crecimiento de usuarios y tráfico.

Exhibición Huawei ICT 2012

Por Benjamín González Ordóñez

Los Servicios Profesionales de Huawei estuvieron presentes en las dos exhibiciones que se han llevado a cabo en el 2012 durante Febrero y Mayo, en México y en Ecuador respectivamente.

México

Desde el 2001, Huawei colabora activamente en la industria de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicaciones) en México.

México es la Oficina Representativa de la región NLA con oficinas en la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara.

Del 14 al 24 de Febrero, la exhibición Huawei ICT (Information and Communication Tehcnology, por sus siglas en inglés) logró una asistencia de 1,374 personas incluyendo empleados y directivos de los principales operadores de telefonía y televisión del país, medios de comunicación y autoridades gubernamentales, así como la presencia de 1,559 personas más entre estudiantes de universidades y familiares de los empleados de Huawei. Durante las dos semanas del Roadshow se llevaron a cabo varios workshops enfocados principalmente en FBB y en MBB.

El espacio de Huawei Servicios fue atendido por un equipo profesional de Service Solution entre los que se encuentran: Francisco Valenzuela, Jose Luis Zaragoza, Manuel Ordiales, Ulises González, Cristian Ortega y Heriberto Salas, así como por los diferentes expertos del área.

Ecuador

Con 10 años de presencia en Ecuador, Huawei colabora en el crecimiento del sector de las telecomunicaciones ofreciendo a la gente local una mejor calidad de vida.

La operación actual en Ecuador consta de mas de 300 empleados con oficinas en Quito, Guayaquil y Cuenca.

El proyecto CDMA 450, a través de CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) ha permitido a millones de ecuatorianos tener un sistema integral de comunicaciones, así como tener acceso a telefonía fija e internet. Asimismo les ha permitido utilizar productos Huawei y comunicarse a través de sistemas de voz y datos desde sus hogares y oficinas, en las principales ciudades y aun en poblaciones rurales y remotas.

La exhibición de Huawei en Ecuador se llevó a cabo del 13 al 19 de Mayo y tuvo una afluencia de 605 personas durante los 5 días de exhibición, incluyendo la visita de varios operadores y personalidades gubernamentales, como el Sr. Yuan, Embajador de China en Ecuador y el Sr. Jaime Guerrero, Ministro de Telecomunicaciones de Ecuador. También asistieron diversas empresas y estudiantes universitarios y se realizaron 42 workshops con clientes principalmente enfocados en MBB, y FBB.

La exhibición ICT de Huawei desarrollada en Ecuador contó con un área de exhibición mas grande para el área de Servicios la cual fue atendida por Francisco Valenzuela de México. De esta forma, Huawei Servicios tiene mayor presencia dentro de esta importante exhibición, permitiéndonos tener mayor alcance entre los asistentes.

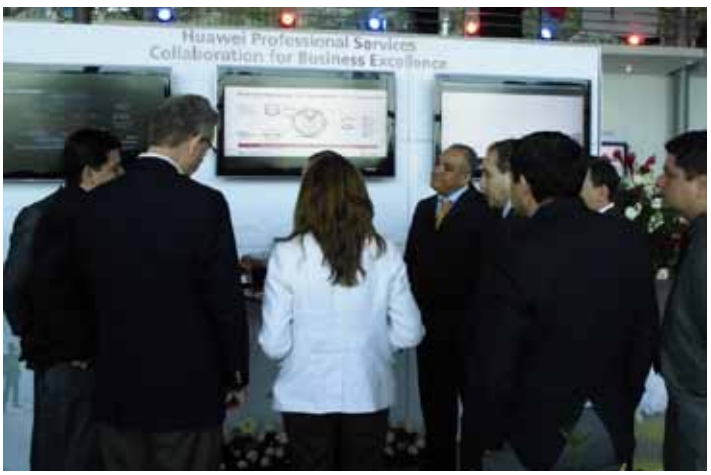
Huawei Servicios

La participación de Huawei Servicios incluye las diferentes soluciones, iniciando con una introducción general de los Servicios de Huawei, continuando con el video corporativo titulado C.A.R.E. y terminando con la presentación de las tres familias de servicios: Network Integration Services (NIS), Assurance & Managed Services (AMS) y Learning Services (LS). El mensaje principal es ofrecer 18 soluciones de servicios que soportan y se han convertido en el más rápido negocio creciente de Huawei.

La siguiente exhibición ICT de Huawei se estará presentando próximamente en Guatemala del 9 al 14 de Julio del 2012, dentro del recorrido establecido en la región.

México

Ecuador



Workshop 2012:
Servicios Profesionales NLAR

Por Ana Santillana Lozano

En Marzo pasado se llevó a cabo por segundo año consecutivo en la Ciudad de México el Workshop 2012 de Servicios Profesionales NLAR, contando con la participación del personal de Huawei perteneciente a la Región Norte de Latino América.

Ciento diez colaboradores de las oficinas representativas de la región como México, Guatemala, Costa Rica, Panamá, Colombia, Venezuela y Ecuador, estuvieron presentes durante tres días de trabajo.

Su principal propósito fue dar a conocer los resultados, estrategias y las actividades de marketing para el 2012, así como el portafolio de las principales soluciones y servicios de las divisiones de Servicios Profesionales de Huawei.

Asimismo se dio a conocer el plan de trabajo anual, las metas, objetivos y los avances y tendencias en la tecnología de las telecomunicaciones.

Mensajes Claves

De acuerdo a las palabras del Sr. Qin Hua, Vice Presidente de Delivery & Service del Norte de Latino América y quien fue el presentador inicial con el cual se abrió el workshop, el 2012 será el año de los Servicios Profesionales de Huawei, ya que suministra servicios y soluciones E2E y trabajo digital. La importancia de incrementar el mercado y que los operadores tengan una mejor percepción de Huawei, debe enfocarse en promover los servicios como producto estratégico para sus negocios, aprovechando el Tsunami digital que vivimos día a día.

Por otro lado, el Sr. Pan Junfeng, Director de los departamentos de Service Solution y Marketing, así como de Assurance & Managed Services de la región, mencionó los principales retos para todo el staff: Ayudar a los operadores a reducir el OPEX, incrementar el mercado, promover más a fondo los Servicios Profesionales, satisfacer ampliamente los requerimientos del cliente, trabajar en conjunto con todas las divisiones, cumplir cada uno con su responsabilidad, realizar el manual de funciones de cada persona y ser diferentes a la competencia.

De igual forma presentó las 5 + 2 soluciones a enfocarse en este año:

1. HUAWEI SmartCare™
2. Managed Services
3. Fixed Broad Band (FBB)
4. In Building Solution
5. Site Solution

Y adicional a las anteriores:

1. Mobile Broad Band (MBB)
2. Network Operation Assurance Service (NOAS).

Durante los tres días participaron varios expositores con temas como marketing y los mensajes clave de las principales soluciones de Network Integration Services (NIS), Assurance and Managed Services (AMS) y Learning Services (LS), entre las que destacan: MBB, FBB, Data Center y Site Integration Service Solutions, así como la novedosa herramienta HUAWEI SmartCare™, presentada por Alejandro Araiza, sin faltar la de AMS, en la cual Wang Licheng distribuyó a los asistentes material de apoyo muy útil:

1. Network Operation Assurance Booklet For Account Managers
2. MS Marketing Booklet For Account Managers
3. HUAWEI SmartCare™ Pocket Book”

Los Servicios Profesionales de Huawei tienen un futuro brillante en la región. Con la cooperación y trabajo de todos, lograremos alcanzar nuestros objetivos y ser nuevamente el área con mayor crecimiento en el 2012.

Por segundo año consecutivo se llevo a cabo en la Ciudad de México el Workshop 2012 de Servicios Profesionales NLAR, contando con la participación del personal perteneciente a la Región Norte de Latino América.

Huawei Service Showcase
Northern Latin America

Un Espacio para Nuestros Clientes

Por Ana Santillana Lozano

Escuchar la voz de nuestros clientes es vital para un buen entendimiento del negocio. Conocer, ver y experimentar la extensa gama de soluciones que ofrecen sus proveedores es una necesidad en la actualidad.

Los Servicios Profesionales de Huawei, son el mejor socio para habilitar la transformación de los clientes colaborando con ellos para lograr el éxito del negocio, mejorar la experiencia del usuario final y cumplir con la responsabilidad social corporativa. Nuestro objetivo ha sido crear un portafolio de servicios que ofrezca la sinergia tecnológica y comercial con nuestros clientes.

Para satisfacer esa demanda de los clientes, Huawei Service Showcase Northern Latin America fue inaugurada el 25 de octubre del 2011 en la Ciudad de México; un espacio donde los clientes pueden experimentar de forma personalizada y efectiva, el extenso portafolio y soluciones de los Servicios Profesionales de Huawei.

Experiencia Única

El Showcase tiene el propósito de demostrar las diferentes soluciones y servicios de Huawei, así como sus productos y nuevas tecnologías. Es el primer lugar donde los operadores, entidades gubernamentales, empresas y clientes encuentran un sentido real en las capacidades de Huawei y experimentan nuestras soluciones mediante un workshop con los expertos.

Se ha creado un conjunto completo de presentaciones de alto impacto que explican la evolución de las soluciones y los beneficios del extenso portafolio de los Servicios Profesionales de Huawei tales como Assurance & Managed Services, Network Ingtegration Services y Learning Services.

El Showcase incluye un Showroom impresionante. Alrededor del Showroom hemos implementado espacios de servicio y un buen ambiente para que los clientes disfruten una experiencia única.

Huawei Service Showcase es el primer lugar del mundo que muestra las plataformas de Huawei tales como el RNAC, NOC, GTAC y el TC. El showroom incluye los siguientes espacios:

Regional Network Analysis Center (RNAC)

El Centro Regional de Análisis de Redes (RNAC), está diseñado para proporcionar análisis remoto de varias redes en el Norte de América Latina, incluso para cualquier red de múltiples proveedores. Este centro organizado para los operadores y Gobierno entre otros, ayuda a mejorar el desempeño de la red con una mayor eficiencia de entrega de servicio y calidad.

Network Operation Center (NOC)

El Centro de Operaciones de la Red (NOC), fue creado hace tres años junto con los principales operadores para la supervisión

de las redes, apoyo en la solución de problemas, envíos de ticket, mantenimiento preventivo y correctivo, así como para las actividades de control de cambio, supervisión y mejora en la calidad de la experiencia de nuestros clientes.

Global Technical Assistance Center (GTAC)

Actualmente existen 2 Centros de Asistencia Técnica Global (GTAC) en el mundo. Uno de ellos ubicado en Shenzhen, China y el otro en la Ciudad de México en la zona Corporativa de Santa Fe.

El GTAC permite que Huawei Technologies proporcione a sus clientes servicios de red administrados, servicio técnico a los usuarios de la red e incluso también ofrecer diferentes soluciones y planes de entrenamiento.

Training Center (TC)

Uno de los 3 Centros de Entrenamiento (TC) existentes en la región NLA se encuentra en México. En éste se ofrecen rutas de formación personalizada y propuestas de acuerdo a los requerimientos del cliente y sus necesidades; existen cursos prácticos en nuestro laboratorio con las mismas versiones de hardware y software que tienen las redes de nuestros clientes.

Ventajas & Beneficios

- Promueve las relaciones entre HUAWEI y los clientes;
- Mejora las relaciones de los clientes de niveles altos O&M;
- Establece un buen ejemplo;
- Aborda los proyectos importantes;
- Ser la primera exhibición de servicio en el hemisferio occidental;
- Introducción en el mercado de las más avanzadas soluciones de servicios profesionales dentro de la región NLA;
- Ayuda a la región NLA para mejorar significativamente el nivel de los conocimientos de los servicios de telecomunicaciones;
- Crea una fuente adecuada para el aprendizaje superior dirigido hacia los medios de comunicación e incrementa la imagen de marca.

Pequeña Inversión, Gran Retorno

La inversión en el escaparate ha sido pequeña comparándola con el gran retorno que tendremos. En un corto plazo se podrán satisfacer los requerimientos del cliente tales como bajar los costos, estar más cerca de ellos y promover la imagen de marca de los Servicios Profesionales de HUAWEI en NLA.

Te invitamos a visitar este Showroom junto con tus clientes. Para mayor información contáctanos vía email:

ana.santillana@huawei.com

Proceso típico de una visita al Showroom

"Estamos muy orgullosos de presentarles el **HUAWEI Service Showcase NLA**, el primer lugar en el mundo donde podrán ver las plataformas de Huawei como el GTAC, RNAC, NOC, el Centro de Entrenamiento y el Showroom", mencionó el Sr. Qin Hua, Vice Presidente de Delivery & Services del Norte de América Latina durante su participación en el evento de inauguración el 25 de Octubre del 2011 en la Ciudad de México.

Beyond Integration
Collaboration for Cloud Service Symphony

Data Center Integration Solutions

It can be done better!

HUAWEI PROFESSIONAL SERVICES

Data Center Integration

- 10+ years DC field experience
- 210+ successful IDC integration records
- 30+ global integration partners
- 30% Investment saving, 65% energy efficiency improvement

www.huawei.com/cn/services

HUAWEI

Beyond Satisfied KPI, Collaboration for Happy End Users

SmartCare Solutions

It can be done better!

HUAWEI Professional Services

57.6% 3G end-user's complaints Reduced;
50%+ potential unhappy customers Identified and Cared;
100% data service experience Assured.
SmartCare Solutions, Enabling Assessable, Visible, and Manageable QoE.

www.huawei.com/en/services

HUAWEI