

11 de abril de 2016 · Año 24 | No. 1177

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL




ViewSonic
diferenciadores más
allá del precio

Xerox
mejora su programa
de canal

BICSI
Mucho más que
conocimiento

TEAM
experto en valor agregado

EXP[®] SEGURIDAD MEXICO

Impulsado por: 

**La Dimensión
Tecnológica
e Innovadora
en Seguridad**

Abril 26-28, 2016
Ciudad de México
Centro Banamex

450 expositores mostrando
todas las **soluciones**
y tendencias de seguridad
bajo un mismo techo

- Más de 2,500 m² dedicados al **PABELLÓN DE FUERZAS DEL ORDEN** ubicado en la sala A.
- **VI CONFERENCIA INTERNACIONAL PARA LA ADMINISTRACIÓN DE FUERZAS DEL ORDEN**
- **CATÁLOGO DE BIENES PARA SEGURIDAD PÚBLICA.**
- **II FORO DE SEGURIDAD:** “Construyendo un vínculo de conocimiento entre los profesionales de Seguridad”
- **GUÍA DE NUEVOS PRODUCTOS**

REGÍSTRESE PARA ASISTIR EN:
www.exposeguridadmexico.com

Patrocinadores Corporativos



Patrocinadores Fundadores



Con el apoyo de



INNOVAR ES CLAVE PARA DIFERENCIARSE



Mejores procesos internos, nuevas marcas que complementan su portafolio, programa de incentivos y desarrollo de canales, son sólo algunas de las cualidades que según Miguel Ruiz, director general de TEAM, han hecho diferencia en la compañía.

En entrevista con **eSemanal**, el directivo habló sobre las acciones que han realizado para seguir creciendo y mirar hacia el futuro, por ejemplo, la alianza que signaron con Kio Networks el año pasado para brindar servicios de infraestructura, tecnologías de la información de misión crítica y servicios bajo demanda, los cuales están respaldados por 32 centros de datos con cobertura en América Latina y Europa. En cuanto a herramientas, destacó la iniciativa 'Más Valor' con la que pueden medir los niveles de servicio con sus partners, ya que les facilita conocer desde el momento en que se hace un requerimiento de los socios hasta en cuánto tiempo les resuelven sus demandas.

Después de unos meses de su nombramiento, Jorge Silva, director de Microsoft en México, habló de la importancia de la especialización del canal y que deben aprender a trabajar con otros socios para sacar adelante proyectos y ofrecer soluciones completas. Indicó que fortalecerán a su ecosistema de partners y los ayudarán a desarrollar habilidades, pues afirmó que su foco y dedicación será en asegurarse que se transformen a la velocidad que el mercado lo requiere.

Otra compañía que sigue innovando es Xerox Mexicana, que en voz de su director de canales, Juan Ramón Romero, presentó la iniciativa Partner Plus Program, dirigida a sus socios de negocio, la cual tiene como objetivo desarrollar y llevar a un mismo nivel de conocimiento a sus canales de una manera flexible y enfocada. Con ello, ahora todos conformarán una sola categoría denominada Office Solutions. En una primera etapa habrá dos disciplinas: una para el mercado de servicios administrados de impresión y otra Light Production, mismas que integran un proceso de entrenamiento, coaching posterior y seguimiento personalizado. La marca ofrecerá herramientas como desempeño de oportunidades, incentivos, mercadotecnia y desarrollo de habilidades.

El mes pasado se celebró la segunda edición de DataNet BICSI 2016, con una asistencia de aproximadamente 500 personas y el respaldo de 30 expositores. En el evento se ofreció un completo programa de conferencias, algunos de los temas fueron: internet de las cosas, infraestructura del data center, redes, aplicaciones actuales y emergentes, temas de cableado de cobre y fibra óptica, video vigilancia y enfriamiento, entre otros.

Álvaro Barriga

eSemanal noticias del canal, no recomienda equipos ni marcas, tampoco resuelve dudas técnicas individuales por teléfono. Si tiene algo que comunicarnos, diríjase a nuestras oficinas generales o use alguno de los medios escritos o electrónicos. eSemanal noticias del canal, es una publicación quincenal de Contenidos Editoriales KHE, S.A., de C.V., con domicilio en Pilegeras 504-307, Col. Narvarte, C.P. 03020, México D.F. Número de certificado de reserva: 04-2013-1-00817455000-102. Certificados de licitud y contenido de título: 14101. Editor responsable: Francisco Javier Rojas Cruz. Los artículos firmados por los columnistas y los anuncios publicitarios no reflejan necesariamente la opinión de los editores. Los precios publicados son únicamente de carácter informativo y están sujetos a cambios sin previo aviso. PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL MATERIAL EDITORIAL E INFORMACIÓN PUBLICADA EN ESTE NÚMERO SIN AUTORIZACIÓN POR ESCRITO DE Contenidos Editoriales KHE, S.A., de C.V.

REGISTRO POSTAL PP09-01937



16

PORTADA

TEAM,
LO IMPORTANTE DE TRABAJAR CON VALOR

FABRICANTES



10 XEROX QUIERE ESPECIALIZAR AL CANAL COMO ESTRATEGIA DE VENTA

HP ENTERPRISE TRAE INFRAESTRUCTURA HÍBRIDA A MÉXICO 12

22 VIEWSONIC, LISTO PARA LOS RETOS DEL SEGUNDO SEMESTRE 2016

>>

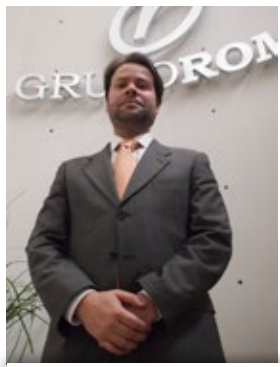


FOROS DE LA INDUSTRIA



6 CULMINÓ LA SEGUNDA EDICIÓN DE DATANET BICSI 2016

26 PURE STORAGE, ALMACENAMIENTO FLASH POR MEDIO DEL CANAL



MAYORISTAS

GRUPO ROM, GANA 14
«« CONFIANZA EN EL CANAL

COSTO BENEFICIO CON
KEY BPS 30

DESARROLLADORES

20 MICROSOFT NUEVA
DIRECCIÓN Y SERVICIOS
FINANCIEROS EN >>
MÉXICO



COLUMNA INVITADA

28 ES MOMENTO PARA EL PDF 2.0
Por Manuel del Pino, gerente Preventa de
Information Builders para México.



NOTICIAS 24

«« 32
PRODUCTOS

DIRECTORIO

Editor Alvaro Barriga
(55) 5090-2044
alvaro.barriga@khe.mx

Reporteros Victor Chávez
(55) 5090-2046
victor.chavez@khe.mx

Rogelio Herrera
(55) 5090-2042
rogelio.herrera@khe.mx

Brenda Azcarategui
(55) 5090-2045
brenda.azcarategui@khe.mx

Alfredo Pimenteles
alfredo.pimenteles@khe.mx

Redacción Web Claudia Alba
(55) 5090-2044
claudia.alba@khe.mx

DISEÑO

Coordinación de Carmen Núñez
Diseño (55) 5090-2058
carmen.nunez@khe.mx

Diseñador David Juárez
(55) 5090-2061
david.juarez@khe.mx

ADMINISTRACIÓN

Director General y de Javier Rojas
Nuevos Proyectos (55) 5090-2050
javier.rojas@khe.mx

Directora Elvira Vera
Administrativa (55) 5090-2050
elvira.vera@khe.mx

Facturación y Rebeca Puga
cobranza (55) 5090-2052
rebeca.puga@khe.mx

COMERCIALIZACIÓN

Ventas de Publicidad José Luis Flores
(55) 5090-2054
jose.flores@khe.mx

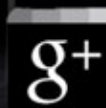
María Mendoza
(55) 5090-2053
maria.mendoza@khe.mx

Asistenete de ventas Jeannette Enríquez
(55) 5090-2056
jeannette.enriquez@khe.mx

Suscripciones Carlos Ibarra
(55) 5090-2049
suscripciones@khe.mx

Distribución Marcelino Santillán

Búscanos en:



eSemanal
Periodismo
del canal Tic



/noticiasdelcanal



/noticiasdelcanal



/esemanal



@esemanal

www.esemanal.mx

CULMINÓ LA SEGUNDA EDICIÓN DE **DATANET BICSI 2016**

Victor Chávez

La inauguración oficial estuvo a cargo de Brian Ensing, presidente de BICSI a nivel mundial, y se registraron más de 500 visitantes y 30 expositores.



Miguel Aldama, Nidia Tenorio y Rick Ciordia

Este año asistieron el doble de visitantes que la edición anterior, aunque Rick Ciordia, presidente de distrito CALA en BICSI, recordó que esta es una nueva etapa, pues anteriormente ya se habían realizado como 10 eventos cuando en México había incluso, una oficina de BICSI.

“Hace casi tres años el país entró en el distrito del Caribe y Latinoamérica, el cual es el segundo más grande de la asociación a nivel global. Lo más importante de todo es mantenernos educados en las nuevas tecnologías, hacer mejores relaciones de negocio porque la industria cambia rápidamente, el foro nos permite abordar nuevas oportunidades de negocio y al mismo tiempo presentar información técnica”, aseguró el entrevistado.

Por su parte, Miguel Aldama, presidente de BICSI en México, compartió que se cumplió la misión inicial,

llevar la educación y compartirla con otros para la toma de mejores decisiones y así preparar las infraestructuras para los cambios e innovaciones con la integración de las mejores prácticas.

Trabajo continuo

Según Ciordia, la labor siguiente es llevar esas mejores prácticas a través de universidades con seminarios y cursos que se adaptan a la realidad de cada país. Con la finalidad de replicar esas coaliciones como la que tienen con el Colegio de Ingenieros de Puerto Rico en países como México, Colombia y Perú, pues las necesidades son afines. “Además tenemos congresos de un día durante el año y falta realizar el de Colombia en mayo, además de eventos en Uruguay, Chile, Ecuador y estamos trabajando en una propuesta para Nicaragua y Guatemala”, dijo.

Aldama señaló, que han tenido reuniones de voluntarios para detectar eventos donde pueden estar presentes, además de ya estar colaborando con la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y otras asociaciones. A la par, la organización trabaja en que los países se tomen las normativas y credenciales de BICSI como regulaciones, tal es el caso de Estados Unidos donde ya es así, incluso a nivel de gobierno federal se solicita ese requisito; en Australia están adelantados en el mismo tema. “Y es que no sólo tenemos la certificación RCDD, hay muchas más, para planta externa, especialistas en centro de datos, etcétera. La idea es que el usuario final también las conozca y que si contratan a un RCDD sea un profesional confiable para su diseño, inspección, entre otros, porque la industria alrededor del mundo está sufriendo cambios todos los días, por ello es importante mantenerse informado y actualizado para movernos al ritmo que hoy se exige”, aseguró Nidia Tenorio, vicepresidenta de BICSI México.

Contenido

Durante los dos días del foro se ofreció un extenso programa de conferencias, los temas abordados fueron alrededor del internet de las cosas, la infraestructura del data center, redes y aplicaciones actuales y emergentes, temas de cableado de cobre y fibra óptica, video vigilancia, enfriamiento, entre otros.

Además, se tuvo una exposición comercial, donde los asistentes pudieron conocer de primera mano de los fabricantes, los últimos avances en materia de productos, tendencias y algunas pruebas en vivo.

Belden

“Es un foro que a nivel global es clave para el mercado de Telecom, guiando en las buenas prácticas y abordando diseño, instalación, certificación y normatividad. Participamos en sus diferentes eventos y aquí no es la excepción, nos sirve para estar más cerca de la comunidad de cableado estructurado”.



Alejandro Gómez,
gerente regional del área Enterprise

CDC Group

“Traemos tierras físicas con Total Ground, Telecom con Avaya y video vigilancia con Samsung; además de cableado estructurado con Newlink como únicos distribuidores en México. Los asistentes son del medio y eso hace muy interesante el encuentro porque realmente saben y dominan el lenguaje de esta tecnología”.



Christian Torres,
gerente de mercadotecnia

Charofil

“Somos especialistas en canalización y aunque tenemos variedad de productos en el portafolio, en este evento nos interesa que conozcan nuestro core: malla para telecomunicaciones y eléctrico. Nuestra presencia es importante porque nos da apertura a que los integradores que no nos ubican nos puedan conocer y disipar las dudas que suelen tener”.



Adriana López,
gerente de cuentas especiales Charofil

La Solución completa

▶ para todas las necesidades de cableado estructurado en Categoría 6A para video, voz y datos.

Cable UTP CAT6A en Bobina
LSZH 10gigas Azul
PCGUCC6ALZBL



Cable Patch Cord CAT6A de
0.9m y 2.1m – **LSZH** -Azul
PCGPCC6ALZD3BL / 07BL



Jack **RJ-45** CAT6A para
terminación sin herramientas
NAW-KST06ASL



Patch Panel de 24 Puertos.
CAT6A
NAW-PNEL6A24



Placa de Pared para
RJ45 - blanco
AW160NXT01



INTCOMEX
MEXICO

Para Mayor Información:

Marco A. Ramírez González | Product Manager Networking
marco.ramirez@intcomex.com | www.nexxtsolutions.com

Progreso 172 Esq. Prosperidad Col. Escandón, México DF 11800
T [55] 5278.9901 | Ext. #521195

Foros de la Industria

Dielsa (Hoffman)

“Mostramos gabinetes para equipo activo, de 90 centímetros de fondo, racks abiertos, y de varios materiales con la marca Hoffman. También hicimos énfasis en seguridad con Bosch. El evento estuvo bien focalizado y con el valor agregado de las charlas para conocer más sobre lo que está y las tendencias”.



Victor Hugo González,
representante de ventas Hoffman

Fluke (Dominion)

“Traemos el portafolio completo de soluciones para cableado de cobre y fibra, Wi-Fi y Trouble Shoting. Notamos que los asistentes tienen dudas en cómo hacer las pruebas de cableado de fibra y por eso ofrecimos una conferencia. La afluencia es muy buena porque es gente que conoce del cableado de telecomunicación y viene a buscar más conocimiento técnico”. Jaime Reyes, gerente de ventas Dominion

Furukawa

“Traemos una línea para centro de datos de alto desempeño con ancho de banda grande y alta densidad en sólo una unidad de rack. Un sistema de generación de nueva red totalmente pasiva, la cual ahorra en espacio porque no necesita de enfriamiento ni de energía. Somos fuertes aliados de BICSI y estamos en contacto de manera permanente y colaboramos mucho con ellos, además que le damos valor real como ellos a la capacitación”.



Flavio R. Marques,
soporte técnico e ingeniería
de Data Centers de Furukawa

Ideal

“Estamos introduciendo la línea eléctrica a nivel nacional, porque somos un grupo de 19 empresas en diversas industrias por ello la importancia de tener presencia en el evento porque hubo asistentes muy focalizados y algunos de nuestro personal cuentan con categorías como RCDD lo que nos hace partners cercanos”.



Victor Marín,
director América Latina

Nexxt

“Traemos toda la gama, categorías 5e, 6 y 6a, con cables blindados, sin blindar, interior, exterior y con diversas certificaciones internacionales. Además de nuevos patch panel de alta densidad de 24 y 48 puertos. El perfil de los asistentes es específico y para nosotros es importante porque estamos entrando fuerte en cableado y este tipo de eventos atrae a los clientes que buscamos”.



Gina Rubiano, gerente regional para
América Latina en Nexxt

Ingram Micro premia tus compras.



En la compra de 2 Switches de la Familia 2530, llévate de regalo una Tablet.

Clave	NP	Producto participantes
7140FQB	J9779A	SWITCH 2530-24-POE+ 10/100 + ADMINISTRABLE CAPA 2 WEB Y CLI
7140FQC	J9781A	SWITCH 2530-48 10/100 + 2 ADMINISTRABLE CAPA 2 WEB Y CLI Genera 100 puntos en Engage & Grow*
7140FQA	J9782A	SWITCH 2530-24 10/100 + 2 ADMINISTRABLE CAPA 2 WEB Y CLI
7140FE1	J9772A	SWITCH 2530-48G-POE+ 4 PTO ADMINISTRABLE CAPA 2 WEB Y CLI Genera 200 puntos en Engage & Grow*

¡Para ganar aún más!
Regístrate en el programa Engage & Grow de Hewlett Packard y gana fabulosos premios.
www.hpengageandgrow.com

Contacta:
Lissette Barajas | Product Manager
Tel. 52636332 | lissette.barajas@ingrammicro.com

Leticia Portillo | Product Manager
Tel. 5263-6596 | leticia.portillo@ingrammicro.com

Vigencia del 1 al 30 de abril de 2016. Limitado a 2 tabletas por distribuidor. Precios expresado en Moneda Nacional (Pesos Mexicanos). El premio modelo Tablet Bleck 7" 1GB RAM, 8GB, se entregará 10 días posteriores a la venta y dentro del siguiente pedido una vez informado que ha sido acreedor al mismo. Los puntos Engage & Grow entregados dentro de esta promoción son adicionales a los puntos que pudieran ser otorgados por Hewlett Packard dentro del programa de forma automática. La Tablet será válida enviando copia de la factura vía correo electrónico a los contactos proporcionados en esta publicación.
* Para poder otorgar los puntos es necesario enviar copia de la factura vía correo electrónico a los contactos proporcionados en esta publicación ya que se hace de forma manual y se verán reflejados con un máximo de 15 días posteriores al término de la promoción. Promoción válida solo para distribuidores Ingram Micro que no tengan adeudos pendientes o excedida su línea de crédito . El premio es personal e intransferible. Promoción válida para toda la República Mexicana. Montos sin IVA, solo aplican a operaciones efectivamente realizadas (es decir, que no hayan sido sujetas a devoluciones, reversos o cancelaciones de compra). El premio no es canjeable por dinero. Ingram Micro no está obligado a sustituir el premio. La imagen es de carácter ilustrativo. Sujeto a cambios sin previo aviso.

Estas promociones solo son aplicables a Distribuidores mayoristas de Ingram Micro México, S.A. de C.V. con domicilio en Laguna de Términos 249, Col. Anáhuac, C.P. 11320 en México, D.F. Las presentes Promociones solo son válidas y aplicables para Distribuidores mayoristas participantes que se encuentren sin adeudos pendientes y/o sin haber excedido su línea de crédito correspondiente. Estas promociones no son aplicables al Sector Público o aquellas personas que no sean Distribuidores mayoristas en Ingram Micro México, S.A. de C.V.

www.ingrammicro.com.mx

Panduit

“Es un foro interesante porque están los expertos en la tecnología de infraestructura física de cableado, gente que diseña los estándares, que crea las especificaciones de los proyectos y en esta ocasión llevamos soluciones de cable de ámbito reducido en categoría 6a con la mitad de diámetro que el tradicional”.



Marco Antonio Damián,
gerente de ventas técnicas

Siemon

“Mostramos lo que viene en tecnología como el poder trabajar con 10 GB confiable en todos los servidores con un portafolio de cableado con apantallamiento, otros que van a 25 y 40 gigas de categoría 7; fibra de alta densidad para conectores de hasta 32 pines; diferentes tipos de gabinetes para liberar espacio y más eficiente en aire acondicionado. Ya se había perdido la costumbre de eventos como éste, lo que provoca que los partners y usuarios no conozcan lo novedoso y entonces no pueden exigir lo mejor de la tecnología”.



Nelson Farfan,
gerente técnico para América Latina

Xerox quiere especializar al canal como estrategia de venta

LA FIRMA LANZÓ LA INICIATIVA PARTNER PLUS PROGRAM DIRIGIDA A SUS CANALES, LA CUAL TIENE COMO OBJETIVO DESARROLLAR Y LLEVAR A UN MISMO NIVEL DE CONOCIMIENTO A LOS SOCIOS DE UNA MANERA FLEXIBLE Y ENFOCADA. **Victor Chávez**



Juan Ramón Romero

El programa, aunque global, primero fue lanzado en México y pretende ser un 'traje a la medida' para los canales, donde a partir de ahora todos conformarán una sola categoría denominada Office Solutions, pero con la finalidad de apoyar a los socios sin importar su tamaño, por lo que podrán crecer y diferenciarse de la competencia a través de especializaciones.

Como primera etapa se cuentan con dos disciplinas: una para el mercado MPS y otra Light Production, mismas que integran un proceso de entrenamiento, coaching posterior y seguimiento personalizado. "Ofrecemos herramientas para el canal como desempeño, oportunidades, incentivos, mercadotecnia y habilidades. Con estas, buscaremos la transparencia con el asociado, así como una relación más sólida y respaldada en toda la información que le daremos", mencionó Juan Ramón Romero, director de canales en Xerox Mexicana.

Retos

A decir del entrevistado, la meta a corto y mediano plazo será que cada partner pueda elegir en qué se quiere especializar con respecto al portafolio completo de la marca. El plan es entregar por etapas dichas especializaciones; a los que se vayan certificando y entrenando serán incluidos dentro del mismo programa, con la meta de integrar al término de este

año a la mayoría de los partners: aproximadamente 500.

Estos constituyen a los que están apegados y haciendo negocio de valor sólo con la marca, a los que hacen proyectos con ella y algunos más que hacen negocio con alguna tecnología en específico, pero no con todo el portafolio.

Además, piensan integrar los servicios como plus dentro de la misma oferta de los equipos, que éstos sean proveídos por los canales para que en realidad vendan una solución y no sólo un producto y así tener mayores márgenes. Pero que esto sea sencillo, sin necesidad de terceros y distribuidos por sus mayoristas: CT Internacional, Daisytek, DC Mayorista, Exel del Norte e Ingram Micro.

Finalmente, para la segunda mitad del año se sumarán otros conocimientos en artes gráficas y MPS nivel expertos, dirigida a los partners que se enfocan exclusivamente en la venta de esas categorías y que tienen mucha experiencia; y para el 2017 se lanzarán dos nuevas especializaciones relacionadas con la nube. ↩

Herramientas del programa

-Desempeño.- Lista para el primer trimestre de 2016. Su objetivo es que el canal vea directamente y en línea su información de ventas y alcance para poder tomar acciones a tiempo.

-Oportunidades.- Lista para el primer trimestre de 2016, su objetivo será registrar todas las oportunidades que tenga el canal.

-Incentivos.- Lista para el segundo trimestre de 2016. Se busca que el canal tenga claridad y transparencia sobre lo que gana y genera en revenue o rewards; qué se le paga y qué no; qué se le reconoce y qué no.

-Mercadotecnia.- Con el objetivo que el canal vea el marketing generado, no sólo el tradicional, sino también digital, así como una mayor claridad de campañas en las que invierten y cómo se desarrollan.

-Habilidades.- Al servicio de los recursos humanos de cada canal; con la idea de que pueda tomar cursos, asistir a eventos de capacitación, así como consolidar la información para adaptar cada perfil.

CONOCE A LA NUEVA FAMILIA X1 DE LENOVO.

ThinkCentre X1



ThinkPad X1 Yoga

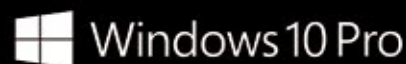


ThinkPad X1 Tablet



ThinkPad X1 Carbon

Expertos en Desempeño,
Elegantes y Versátiles.
Superiores en Calidad.



HP Enterprise trae infraestructura híbrida a México

LA FIRMA PREPARA EL TERRENO EN EL PAÍS PARA QUE EN JUNIO DE ESTE AÑO LOS CANALES ESTÉN PREPARADOS PARA LLEVAR A SUS CLIENTES ESTA SOLUCIÓN

Victor Chávez



En su camino hacia la convergencia, Hewlett Packard Enterprise presenta HPE Synergy, plataforma de infraestructura modular, diseñada para integrar la TI tradicional con los nuevos requerimientos y elementos con la agilidad, velocidad y entrega continua de las aplicaciones.

La propuesta utiliza herramientas como DevOps con infraestructura como código para obtener innovación y flexibilidad de desarrollo y atender las necesidades del cómputo tradicional, así como aplicaciones nativas de nube.

La firma asegura que esto va más allá de ayudar a los clientes a reducir su CAPEX (gastos de capital) en 17% y el corriente hasta en 30%, porque los usuarios finales pueden tener una sola infraestructura para todas las aplicaciones y así reducir la necesidad de capacidad en los servidores que comúnmente es de 82 a 88%.

Con HPE Synergy, la implementación de nuevas aplicaciones puede reducirse de seis semanas en promedio (una aplicación móvil) a minutos, pues sólo es necesaria una línea de código para proveer recursos, mediante una librería de templates predefinidos de distintos proveedores en cada categoría (red, almacenamiento y software).

“Las infraestructuras tradicionales además de costosas no permiten lanzar nuevos servicios o aplicaciones al mercado por falta de agilidad y nuestra solución quiere eliminar esa complejidad desde el punto de vista operacional”, señaló Darío Vargas, director de Hybrid Cloud para AL en HPE.

Propuesta

La meta es capacitar a TI para reducir la gestión de la infraestructura, para que ésta se centre en la optimización de las aplicaciones de la nube y las tradiciona-

les, para lograr velocidad, fiabilidad y eficiencia, basado en tres elementos, según explicó Vargas: “El primero es un pull de recursos fluido, permanente, con componentes de cómputo como servidores, almacenamiento y componentes de networking. La segunda es que todo será Software Defined Intelligence, para tener una sola herramienta de administración para ese pull de recursos tecnológicos. El tercero se refiere a la utilización de un API unificada y por medio de la cual todo el hardware responderá al SDI para poder crear lo que el cliente final necesita en sólo unos minutos”.

Es decir, es una nueva generación de infraestructura para que los clientes puedan pasar de la que anteriormente estaban comprando de Blade y storage hacia esta nueva propuesta, la cual también converge con la ya existente y como es modular, ayuda en la transición de lo obsoleto.

Canales preparados

Por otro lado, la marca está trabajando en una ronda de capacitaciones para los socios porque van a tener que contar con una nueva certificación acerca de esto, pues se necesitan conocimientos específicos para abordar mejor al cliente, orientarlo y entender sus cargas de trabajo: virtualización, big data, nube pública o privada, etcétera. “Esto proporciona al canal nuevas oportunidades de negocio, ahora pasa de ser un proveedor de soluciones a convertirse en uno de servicios”, dijo.

Por ello, la firma busca que el socio pueda atender y dar soporte a los clientes de empresas grandes o medianas utilizando HPE Synergy, basado en nube privada, todo dentro de su propio centro de datos.

“El mayorista tiene que aprender de esto también y lo tenemos como una de las prioridades para certificar, pues éste ayuda en el proceso de capacitación y habilitación de los resellers. Además, fuera de las grandes ciudades tradicionales queremos que otras comiencen a ver estas propuestas y allí el mayorista es el que nos respalda”, concluyó el entrevistado. ↴



keep reinventing

Hazlo posible con la Nueva HP DeskJet Ink Advantage **Ultra 2529**

Mayor volumen de impresión y calidad HP a bajo costo.

Con tinta incluida para
4,500 impresiones.



www.hp.com.mx/ultra



Sin cambio
de cabezales



Tintas de alto
rendimiento



Alta calidad a
bajo costo

De venta en Exel

©2016 HP Development Company, L.P. Todos los derechos reservados.





Antonio Lorenzo

Grupo ROM gana confianza en el canal

Alvaro Barriga

• Antonio Lorenzo, director de Grupo ROM, dijo a eSemanal que el año pasado estuvieron abriendo puertas, en específico con la marca EC Line para entrar en América Latina, “lo logramos y ya estamos embarcando producto para allá y de rebote conseguimos que nos abrieran algunas otras en Estados Unidos”.

En el caso de ROM Refacciones, están trabajando en mejorar sus propios procesos, tanto en compra, logística y venta, “estamos apostando mucho a tecnología, pero es un resultado que esperamos ver cristalizado en este año”.

Sobre las soluciones de punto de venta, mencionó que en esta época en la que el dólar es caro y el dinero escaso, es una oportunidad extraordinaria para que el canal se enfoque más en la marca, ya que son de calidad a precio accesible, “vamos a apoyarlos con incentivos atractivos para que nuestros clientes que más vendan tengan beneficios”.

“SI BIEN EC LINE YA SE VENDÍA EN 17 PAÍSES AHORA VAMOS A VENDER EN 22 MÁS, ES UN BUEN RETO PARA 2016, POR LO QUE VAMOS A TRABAJAR DE MANERA LOCAL PARA QUE SE CUBRA LA DEMANDA Y EL PRODUCTO FLUYA”: ANTONIO LORENZO

Sobre el área de refacciones, el directivo agradeció la confianza del canal y dijo que pronto habrá una herramienta para ser más eficientes en sus procesos de compra.

Por último, sobre el tema de garantías, dijo que es una oportunidad para los fabricantes para que sean su posibilidad en el manejo de garantías, “tenemos más de 20 mil embarques mensuales que estamos haciendo actualmente, es una gran área de oportunidad”.



contactame@esemanal.mx

Indicó: “Si bien EC Line ya vendía en 17 países ahora vamos a vender en 22 más, es un buen reto para este año por lo que vamos a trabajar de manera local para que se cubra la demanda y el producto fluya”. Sobre el área de garantías y logística de la compañía, el año pasado creció 47% y de acuerdo con el directivo, sus mismos clientes les están dando el apoyo para seguir creciendo, “es una división que por sí misma debe crecer 28% más los proyectos nuevos que nos llegan continuamente”.



Reduciendo costos de impresión de documentos hasta en un 30%. Hazlo simple con Xerox.

Hoy Xerox está simplificando la manera en que se realiza el trabajo de una manera sorprendente. Como otorgar servicios de impresión que ayudan a compañías alrededor del mundo a manejar sus costos con tan solo imprimir menos páginas, digitalizando documentos, consolidando dispositivos y reduciendo el uso de energía en impresión. Es otra forma en la que Xerox simplifica los negocios, para que tú puedas enfocarte en lo que realmente importa.



Xerox Mexicana



@xeroxmexicana

www.xerox.com.mx



Portada

TEAM, Lo importante de trabajar con valor

Victor Chávez

Miguel Ruiz

LA FIRMA HA DEDICADO TIEMPO Y ESFUERZO PARA OFRECER UNA CARTERA DE PRODUCTOS EN LA QUE HACEN SENTIDO UNAS MARCAS CON OTRAS, ASÍ, EL CANAL PODRÁ OFRECER MÁS VALOR A SUS CLIENTES.

En 2015, la compañía continuó con algunas iniciativas que venía trabajando desde el 2014, pero también comenzó nuevas propuestas de la mano de adiciones a su portafolio que les dejaron ver el camino a seguir.

De estas alianzas, Miguel Ruiz, director general de TEAM, recordó la de KIO, la cual realizaron pensando que este fuera el año a capitalizar pues es un ajuste en el modelo de negocio tanto para el mayorista como para los socios, para hacer propuestas de nube que fuera de las tradicionales, más enfocadas a cloud, más integrales, con soluciones más completas por las capacidades de su aliado.

Aquí, la oferta gira en torno a servicios de infraestructura, tecnologías de información de misión crítica y servicios bajo demanda, respaldados por 32 centros de datos con cobertura en Latinoamérica y Europa.

“Ya tuvimos acercamiento con cerca de 30 asociados que están interesados en esta propuesta; tenemos un perfilamiento de sus capacidades para pulirlas, porque no es una transformación rápida, se necesita capacitación, hacer inversiones, ajustes en competiciones, en las métricas de los vendedores, etcétera”, mencionó el directivo.

Otra sociedad que cerraron fue con MakerBot, la cual les ha arrojado números representativos en la gama de impresoras 3D. El caso es particular, Ruiz aseguró que lo calcularon como un negocio que redituaria para hasta este año, sin embargo, al mostrarlo a algunos usuarios finales se hizo evidente una demanda importante e incluso ya representa puntos en la facturación de TEAM.

“Ya tenemos stock en todas las sucursales, así como equipo demo; disponemos de capacitaciones al respecto y ya está muy ligada esta oferta a la propuesta de diseño e impresión que tenemos. Atacamos actualmente el segmento bajo, tratándose de este tipo de soluciones, pero la idea es llegar a niveles más altos este 2016”, resaltó.

Más movimientos

“Con Panasonic nos ha ido muy bien. Una alianza que no sólo nos ha dejado dividendos sino aprendizaje al trabajar con la cultura japonesa. Cabe aclarar que esto no se confronta con las estrategias que planeamos con Kodak, porque entramos a nuevos segmentos y canales”, abundó Ruiz.

Para ello, la firma reestructuró el área de Business Intelligence, se enfocaron en dirigir las soluciones de Document Imaging con Panasonic en clientes a los que les hacía más sentido pero sin perder el foco con Kodak, con quien mantienen una relación estrecha de colaboración en soluciones que derivan en la transformación de la información análoga a digital.

Kingston fue otra marca prácticamente recién llegada, y ha hecho la diferencia entre cerrar un negocio y no hacerlo, según el entrevistado, quien afirmó que ha identificado entre 8 y 10 proyectos que se han consumado gracias a la firma.

Finalmente, meses atrás cerraron un pacto con Aranda Software, siendo el mayorista exclusivo de soluciones para gestión de activos, entrega de software, gestión de energía, seguridad de datos y soporte Visual. Y aunque no se ha hecho un lanzamiento oficial, les ha ido tan bien que están siendo caso de éxito con la marca a nivel América Latina.

“Las marcas que hemos añadido han robustecido el portafolio gracias al respaldo de las nuevas propuestas que ha-



ce mos como compañía, eso trae como resultado una focalización en nuestra 'pegada' en el mercado. Para este año vemos de 2 a 3 alianzas nuevas que sigan ese camino, que cubran las necesidades donde realmente nos está faltando, por ejemplo en soluciones de infraestructura, estamos bien con servidores, fuertes en almacenamiento, pero quizás en comunicaciones podamos integrar algo para fortalecer toda la propuesta", explicó el director general.

El sentido de esto no sólo es facturar más, según el vocero, para muestra está KIO, que en este inicio saben que no pueden esperar que la alianza arroje millones de dólares, sin embargo, es el comienzo para hacer la diferencia y esto llevará a esas cantidades a mediano y largo plazo.

Comercial

"Quiero resaltar la consolidación de nuestro programa 'Más Valor', donde crecimos en promedio 40% año contra año de los canales que están catalogados ahí. Ya contamos con estructura a nivel nacional para esa atención y este año estamos buscando más profundidad en temas como verticalización en soluciones", dijo Ruiz.

En 2016 tienen como meta el integrar un mejor perfilamiento de los asociados al programa para entregarles más soluciones de acuerdo a ese trazo. Asimismo, han tratado de hacer más atractivos los incentivos para estos canales y no sólo en dinero sino con apoyos administrativos, mercadotecnia, etcétera.

"Nos hemos visto en la necesidad, independientemente de agregar marcas, servicios y productos, de ajustar nuestro modelo comercial para esas necesidades y por ello vamos a mostrar pronto el nuevo "Go to market" de TEAM. Hemos buscado dentro de este nuevo modelo encuadrar muy bien las soluciones que proponemos y tener muy claro el punto al que vamos con cada segmento", explicó Ruiz.

De fondo

Por otro lado, la firma también ha puesto atención en la labor hacia dentro, y el año pasado comenzó a direccionar esfuerzos hacia la profesionalización, lo que los ha preparado mejor para atender y por ello lo seguirán haciendo en 2016 en términos de procesos y de sistemas donde han avanzado mucho.

Respecto al mismo tema, han desarrollado el intranet, pulido los flujos de trabajo y el comercio electrónico, al que se han dedicado a actualizar y enfocar hacia la experiencia de usuario, porque todo debe estar bien alineado. Se han incrementado las ventas en ese punto y son cada vez más representativas por esta vía en la facturación total de la firma, lo que significa automatizar esa interacción para ofrecer mejor atención.

"Acompañando a esto, el año pasado le pusimos foco y lo seguirán teniendo los eventos de cierto nivel dirigidos a nuestros clientes. En donde pusimos a disposición del canal iniciativas de la Fórmula 1 VIP, encuentros de fútbol, viajes, entre otros", abundó.

La firma ya cuenta con una herramienta para medir los niveles de servicio con sus canales "Más Valor", lo que les facilitará conocer desde que hay un requerimiento de los socios hasta en cuánto tiempo les resuelven sus demandas, además de adoptar temas de ITIL y mejores prácticas, lo que los hace evolucionar y ser más efectivos en el trato con los clientes.

Puesta a punto

En cuanto a otras áreas, la marca trabaja en cada una para llegar a mejores resultados, por ejemplo, seguridad es el nicho donde más han crecido y están en la valoración por dónde quieren dirigir sus esfuerzos porque el segmento es muy amplio y no quieren per-



der el foco, así, las marcas que se integren tienen que sumar y no ser sólo algo transaccional.

En soluciones de cloud también han tenido buenas experiencias, pero determinaron que si querían ir más rápido, necesitaban a alguien del nivel de KIO, quien respalda las operaciones con un centro de datos de 8 mil metros cuadrados, cuando ellos cuentan con 150 metros cuadrados y aunque podían haber continuado con la misma estrategia, tarde o temprano iban a quedar limitados en el nivel de facturación y de soluciones.

“Nuestra experiencia en el tema nos abrió esa puerta y hoy ya tenemos esquemas para que parte del portafolio que comercializamos, donde marcas como HP no se peleen con esto, pues la marca puede dar servicios de nube acompañados de su infraestructura, lo que da a ganar todos, y nosotros podemos hacer que esa fórmula funcione”, señaló el vocero.

Afirmó que es un modelo requerido cada vez más dentro de las industrias, las necesidades lo exigen e incluso los mismos asociados que pretenden volverse más consultivos y ofrecer más servicios lo adoptan.

Por ello, es un esquema de valores agregados hacia el ecosistema de asociados que van a ir saliendo en cloud y no sólo con KIO sino con otros fabricantes dentro de su oferta, tal es el caso de Microsoft, quien tiene una oferta importante en el tema y 2016 será clave para evolucionar y migrar.

Alternativas


“Gracias a que hemos avanzado en tener diferentes opciones en el rubro, hay canales que comienzan a realizar la segunda y tercera operación con esquemas que nunca habían tenido con varios millones de pesos en el proyecto”, mencionó el entrevistado.

La evolución también tocó otros rubros y ahora ofrecen servicios legales enfocados en TI, donde la finalidad es asesorar en estos tópicos para cualquier proyecto relacionado con TI: contratos, cobranza, etcétera.

Además, Ruiz mencionó que pronto anunciarán cambios en los servicios de logística, con el fin de desarrollar e impulsar con más ahínco el negocio de los canales, pero no sólo los de las grandes ciudades sino en todo el territorio nacional. Al respecto, señaló que no van a tener más apertura de sucursales, más bien, van a trabajar en un mayor acercamiento con los socios, con planes específicos para ir a más estados, llevarles más propuestas y foco en soluciones de una manera más consultiva, sin dejar de lado el negocio tradicional al interior de la República Mexicana. Además, van a seguir utilizando las redes sociales para seguir colaborando de cerca con ellos como el caso de Conexión TEAM.

Colofón

Dentro del mayorista hay diferentes perfiles de canales y cada quien decide cómo hacer su modelo de negocio y su forma de llegar al mercado y la propuesta de TEAM reside en cómo ayudarlos a evolucionar e incluso si se quieren quedar en el negocio tradicional, buscar la diferenciación de su competencia.

“Suele suceder que nos encajonan como un distribuidor de puros proyectos y aunque es algo que buscamos, también hacemos propuestas para volumen, la venta del día a día porque allí puede tener espacio la consultoría y/o la integración de diferentes servicios, solamente hay que trabajar para hacer esa diferencia”, concluyó Ruiz. 



Jorge Silva

Microsoft, nueva dirección y servicios financieros en México

Brenda Azcarategui

Jorge Silva, director de la subsidiaria mexicana de Microsoft, habló sobre su estrategia y retos que ha identificado en el país; anunció que próximamente ofrecerán servicios financieros.

El directivo que trabajó en el pasado en compañías como Compaq, HP y Novell; aseguró que llegó a México con la idea de obtener el premio que la marca otorga a nivel interno por ser el clúster con mayor desarrollo. Compartió su visión y parte de lo que será su estrategia para alcanzar sus objetivos, los cuales se alinean a la estrategia global que se basa en tres pilares: 1 La reinención de la productividad y procesos de negocio. 2 Construcción de inteligencia en la plataforma de su nube. 3 Desarrollo de más cómputo personal.

Visión

Debido a las oportunidades que ve en la región, espera un comportamiento positivo del país, aunque destacó que es cierto que existen retos importantes como: la volatilidad del peso frente al dólar: “lo que afecta más que el tipo de cambio alto es la incertidumbre que genera que no sea constante”, aseguró. El segundo punto que destacó es la penetración en la pequeña y mediana empresa, “las PyMEs deben de invertir en tecnología para no descuidar la competitividad. Sabemos que muchos se quedan en el camino y para evitarlo la tecnología es un factor importante”.

Otro de los problemas es la falta de recursos humanos especializados en nuevas tecnologías para la nube, que es el mismo que enfrentan los canales. “Vemos que muchos resellers por quedar bien con los clientes, dicen saber de todo y actualmente no se debe ser bueno en todo, sino ser especializado”, explicó que actualmente se requiere formar recursos humanos especializados, por ello Microsoft brinda programas de desarrollo humano, que tienen vínculo con la comunidad universitaria.

Referente a los canales, dijo que deberán de especializarse y perder el miedo de trabajar en comunidad con otros socios para sacar adelante los proyectos y ofrecer las mejores soluciones. En este tenor, la

estrategia para fortalecer al canal será continuar con sus programas de desarrollo de habilidades. “Yo soy una persona de canal, lo que quiere decir que siempre he trabajado junto a ellos, por eso tienen para mí mucho valor”, reiteró el director, quien añadió que uno de los puntos fundamentales es ampliar la comunicación, afirmó ya haber platicado con algunos para saber qué les preocupa: “por ejemplo he detectado que varios requieren asistencia en los niveles más altos de complejidad de las soluciones”, por lo anterior, destacó que trabajarán en ello para mejorar la atención al canal de modo más personalizado. Resaltó que su foco y dedicación será asegurarse que los canales se transformen a la velocidad que el mercado lo exige.

Otro punto importante es el apoyo financiero que da a los canales, y para fortalecerlo, la empresa anunció la llegada a México de Microsoft Financial Services en abril, confesó que en un principio se enfocará a proyectos grandes y espera que con el tiempo los beneficios vayan expandiendo su alcance.

“Nuestra estrategia como se puede ver es multi-vectorial e incluye diferentes acciones y con diferentes programas, por ejemplo, para resolver los problemas de penetración tecnológica trabajamos cerca del gobierno, para apoyar con el desarrollo”, reiteró que en México ve potencial de crecimiento debido a que cuenta con un nivel de infraestructura avanzado y debido a otras características como que es la región menos dependiente de la economía global en el continente. [↩](#)

Único Mayorista y Centro de Servicio Autorizado de FUJITSU



Visítanos www.compucenter.com.mx o llámanos 9628-8882





Ricardo Navarrete

ViewSonic, listo para los retos del segundo semestre 2016

Victor Chávez

LA CONTINUIDAD A MUCHOS DE LOS DESARROLLOS QUE SE HICIERON A LO LARGO DEL AÑO PASADO, CON APERTURAS DE NEGOCIO Y EN SOLUCIONES, ES LO QUE LA FIRMA TRABAJARÁ PARA ESTE PERIODO.

Según, Ricardo Navarrete, director general de la firma en México, hace unos años eran considerados una compañía de monitores, pero hoy ofertan más en su portafolio, el cual ha tenido éxito en segmentos medios y altos, ahora eso los lleva a cubrir la demanda por nichos como el de video vigilancia, mismo que ha ido en aumento.

Por ello afirmó, que este año ha sido en el mismo tenor, orientados a que los identifiquen como proveedor de soluciones visuales, sin olvidar su core, que presume tienen la gama más amplia en monitores: desde entrada hasta profesionales para corporativos, incluso con propuestas de 7 x 24 y 4:3 de aspect ratio, lo que aún es muy demandado, porque no todo es LFD o 16:9.

“Buscamos robustecer la oferta con otros elementos del ámbito de seguridad, por ejemplo, aliados con empresas como Qnap, quienes se especializa en almacenamiento y aborda virtualización y digital signage, lo que hace sentido con nuestra oferta”, dijo el entrevistado.

A la par, la marca empuja hacia los gamers, desarrollando soluciones específicas para este segmento y donde son muy demandantes porque cada juego tiene características diferentes y un solo monitor no puede cubrir todos requerimientos; habrá alguno donde la respuesta en milisegundos no sea tan importante, pero sí que lo es la alta resolución (4K).

ViewSonic cuenta con modelos que están listos para trabajar con Nvidia, y otros integran chip de AMD. Además que ya tienen experiencia en el sector porque antes ya colocaron equipos, sólo que ahora lo realizan con mayor foco. En total son 8 modelos nuevos en la línea XG con 4k, 24 y 27 pulgadas.

“Vamos a realizar una estrategia más cercana con los canales que manejen este segmento. Son 12 con los que vamos a comenzar, quienes tienen distribución en línea y/o un POS. Además de cuidar que los mayoristas tengan suficiente stock”, señaló Navarrete.

Proyectores

“Esta línea, curiosamente ha llegado a ser más grande que el de monitores en México y para este año, a través de nuestra línea LightStream seguiremos posicionándonos en el sector educativo, por ejemplo; donde tenemos un equipo con una licencia que distribuimos de manera directa llamado Solstice, hecha por terceros para la colaboración en el aula y para interactuar al mismo tiempo, además que es muy seguro”, explicó el directivo. También, la marca está en constante actualización y renovación de todas sus líneas, añadiéndoles características innovadoras a lo ya existente y así no limitar al mercado.

Señalización digital

En este rubro, la firma se encuentra recondicionando sus soluciones de tipo profesional, y al mismo tiempo buscando reducir las propuestas porque el mercado es muy espe-

NEOCENTER

Mayorista de teléfonos IP

Neocenter cuenta con el portafolio más extenso de terminales IP del mercado, para integración de sistemas de telefonía IP y Comunicaciones Unificadas

A través de nuestra área de consultoría y diseño mejoramos la experiencia del cliente proponiendo soluciones en un contexto que le permita asignar prioridades, eficientar recursos y dar certidumbre a los proyectos.

 Mitel®



snom

 SANGOMA



Fanvil

cífico y ofertar un gran portafolio puede resultar confuso. Cuentan con monitores 7 x 24, para POS, interactivos, para videowall, con software administrable y de vía remota, 4K, etcétera.

Para el manejo y gestión de contenido, integran software propietario y otro en asociación con la firma Display, para actualizar de manera remota o local. Esto le da oportunidad a varios tipos de perfiles, desde PyMEs hasta negocios más grandes, así como a desarrolladores que ven ganancias también en el manejo de la información.

“Aquí el reto es que de repente no hay suficiente inventario con los mayoristas, quizás derivado de algún temor de mantener grandes inventarios en el tema. Además de la falta de conocimiento tanto de cierto segmento de usuario final como de los canales, y para ello tenemos iniciativas de webinars y capacitaciones, con temas comerciales diversos y no sólo de producto”, aclaró Navarrete.

Virtualización

“Seguimos empujando esta propuesta, donde también nos enfocamos a actualizar los clientes ligeros, sumándoles conectores nuevos, software o capacidades de administración y todo para que tenga sentido según las necesidades de México”, dijo.

En el rubro, la firma maneja alianzas con integradores como Cloud Asesores con quien amplía su espectro de llegada, además de socios como Ingram Micro, con quien ya están haciendo negocios pero en ambos casos, el licenciamiento sigue siendo el desafío, además que es un negocio de mucha consultoría. Por eso, siguen en la búsqueda de más socios que estén focalizados y con conocimientos del tema.

Adicionales

También tiene alianza con CVA, con quien buscan crecer en el catálogo que mantienen con ellos para optimizar el desplazamiento de los productos.

Aunado a ello, el directivo trabaja en la generación de demanda porque reconoce que han tenido poco alcance hacia los canales en términos generales, aunque sí son una marca reconocida en sus mercados.

“Queremos cambiar hábitos, porque a una empresa como la nuestra no se le busca por precio, sino por otros diferenciadores de portafolio, calidad, atención local y garantías; además, tenemos iniciativas que empatan muy bien con monitores y proyectores, porque señalización digital y virtualización son diferentes. En las dos primeras, vamos a traer programas de canal para el segundo semestre del año, donde les daremos más beneficios como rebates, capacitaciones en línea y presenciales, apoyos en mercadotecnia, precios especiales en productos demo, entre otros”, concluyó Navarrete. ↩

KODAK ALARIS APOYA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS ORGANIZACIONES

Redacción eSemanal

Dos escáneres fueron añadidos a la serie i5000, se trata de los equipos i5250 e i5650, los cuales ofrecen velocidades de procesamiento de 150 y 180 hojas por minuto (ppm), respectivamente.

“Dada la magnitud de la transformación digital en las organizaciones, es imperativo que los proveedores de servicios sigan el ritmo mediante la expansión, mejora y agregado de valor a las ofertas tradicionales de captura”, expresó Anne Valaitis, directora de Soluciones y Servicios de Tendencias de Digitalización de Imágenes a InfoTrends, quien agregó que dicha oferta ayudará a los proveedores de servicios a introducirse en un entorno sinérgico moderno mientras colabora con sus clientes para lograr un cambio.

De acuerdo con la compañía, los escáneres están diseñados para reducir la mano de obra previa a la digitalización, como la preparación del documento y el procesamiento posterior. Entre otras de sus capacidades mencionó:

--Permite controlar alimentaciones múltiples en PC y elegir entre ignorar, aceptar o volver a digitalizar imágenes desde el panel de control del escáner.

--Impresión inteligente que imprime un número de control para el posterior rastreo y la ubicación del documento.

--Lectura de códigos de barra

--El accesorio de apilado doble controlado opcional para el scanner i5850 divide cheques y hojas separadoras, de manera que puedan volver a usarse.

--Rendimiento y productividad tanto a 100 dpi como a 300 dpi

“Proveedores de servicios están en modo de ahorro de costos, pero nuestra investigación indica que en realidad deberían estar invirtiendo en nuevas tecnologías para diferenciarse”, comentó Tony Barbeau, VP del área de productos y soluciones, división de Information Management, Kodak Alaris. ↩

contactame@esemanal.mx

¿Vendes a **Bancos, Colegios, Hospitales?**



Hazlo fácil digitalizando de origen
con **la serie SP de FUJITSU**

capta, edita, ordena, almacena, comparte, localiza ... automáticamente.

SP-1120

40 ipm

~~de \$395 USD~~

\$295.02 USD

SP-1125

50 ipm

~~de \$495 USD~~

\$391.33 USD

SP-1130

60 ipm

~~de \$595 USD~~

\$436.92 USD



Modelo básico para uso profesional

SOFTWARE

- PaperStream IP • NewSoft Presto! PageManager
- Abby FineReader Sprint • Software Operation Panel
- Scanner Error Recovery Guide • Scanner Central Admin

ALIMENTACIÓN

- Tarjetas rígidas hasta 1.24 mm de grosor
- Alimentador de 50 hojas
- Escaneo de documentos largos

GESTIÓN DOCUMENTAL

- Escanear, almacenar y organizar
- Editar documentos
- Fácil conexión con otros programas

DISEÑO

- Compacto y ligero
- Peso: 2.5 kg
- Medidas: 298 x 135 x 133 mm

Promoción durante Abril

Precios en Dólares. / Precios más I.V.A. / No aplica con otras promociones.
Consulta detalles con tu Ejecutivo. / Aplican Restricciones.

Juan Carlos Cortes Rivero 5387 0134
juancarlos.cortes@techdata.com.mx

Eduardo Montes 04455 9197 2254
emontes@us.fujitsu.com





Pure Storage, almacenamiento flash por medio del canal

Brenda Azcarategui

- LUEGO DE UN AÑO EN EL PAÍS, LA MARCA ASEGURÓ QUE YA TIENE UNA BASE INSTALADA DE PRODUCTOS Y HAN HABILITADO A 10 CANALES QUE YA SON ESPECIALIZADOS EN LA ENTREGA DE SOLUCIONES.

La firma cuenta con un portafolio de almacenamiento en estado sólido o lo que se le conoce como flash, que ofrece tecnología de compresión y duplicación para almacenar más con menos espacio, además de ofrecer mayor velocidad y simplicidad al instalar, asimismo reduce la latencia que es menor a un milisegundo. Con lo anterior estamos hablando de capacidades de 1.6 petabytes de capacidad por appliance que ocupa tan solo cuatro unidades de rack y 10 de GB/s de ancho de banda, con un consumo de 1300 watts para 1.6 petabytes. Esto significa una ventaja de almacenamiento y manejo de datos para la demanda de la nube, big data e IoT, gracias a soluciones de virtualización de escritorios.

“Estamos transformando la manera en la que se hacen negocios porque aumentamos la velocidad de las transacciones electrónicas, como bases de datos, virtualización y mejoramos la disponibilidad con matrices de almacenamiento todo flash”, detalló Douglas Wallace, gerente de la marca en Latinoamérica, quien señaló que lo anterior tiene beneficios como ahorros en tiempo, dinero, energía y espacio: “Provee acceso rápido a la información, porque hoy en día todas sus transacciones son digitales y es importante tener una infraestructura no disruptiva”.

Esta es una empresa 100% de canal, quienes pueden acceder a las capacitaciones vía web, donde se debe de cubrir ocho horas para la capacitación comercial y 18 para la técnica, las anteriores se complementan con la modalidad presencial y actualizaciones comerciales trimestrales.


El perfil que debe de cumplir el canal interesado es con conocimiento de ambientes virtuales, almacenamiento e integración con bases de datos y también especializados por vertical, según lo expresó Wallace. Hoy trabajan ya con 10 canales y les gustaría desarrollar más en zonas como Querétaro y Puebla o en industrias como salud.

La empresa cuenta con niveles que se obtienen solo por el cumplimiento de cuotas y son: silver, gold y platinum.

Algunos beneficios que ofrecen al canal son: fondos de mercadeo, rebates y promociones de acuerdo a su nivel. Sin embargo, el ejecutivo enfatizó: “nosotros no le damos más descuento a un platinum o silver porque de este modo matan a los pequeños, así que nos regimos por el registro de oportunidades”.

“El papel del canal es muy importante para hacer la integración con el ambiente y el ajuste con aplicaciones”, añadió Wallace. Este portafolio está disponible a través de Maps y Nexsys.

Alianzas

El directivo agregó que la empresa tiene distintas alianzas tecnológicas con empresas que los certifican como: Oracle, Citrix, VMware, Cisco, SQL, Hyper V y SAP. 

ESCANEADO SENCILLO VERSÁTIL Y DE ALTA CALIDAD



- Cama plana tamaño oficio.
- Velocidad de escaneo hasta de 36ipm.
- Alimentador de documentos de 50 hojas.
- Software para eliminación de bordes y sombras.

DR-F120

Los empastados no te detendrán.

Buscalo con tu distribuidor:



Ricardo Castro
rcastro@exel.com.mx
01 818 368 59 00 Ext. 1208



Carolina Alonso / Adrián de la rosa
rolina.alonso@ctin.com.mx / carolina.alonso@ctin.com.mx
(662) 109-0000 Ext.367 / (55) 5561-6110 Ext.184



Gabriel Murillo
gabriela.murillo@dcm.com.mx
(55) 5262-6800 Ext.6029



Luis Valerio
lvalerio@daisytek.com.mx
(55) 5000-3513



Cynthia Orozco
corozco@grupocva.com
(33) 3268-0156



Eduardo Aragón
Eduardo.Aragon@ingrammicro.com
52 63 65 00 Ext. 86563



*Por: Manuel del Pino

Es momento para el PDF2.0

PDF (Portable Document Format) se ha utilizado en numerosos entornos y se ha afianzado como un estándar de mercado. Desde una perspectiva de negocio, el documento ofrece cierto nivel de seguridad, ya que su contenido es difícil de alterar.

Sí, el arraigo del PDF en el mundo empresarial no es motivo de sorpresa. Si bien, el advenimiento de herramientas de inteligencia y analítica de la información está modificando la forma en que las organizaciones operan y se comunican. Teniendo en cuenta que los usuarios cada vez demandan más grado de analítica para su trabajo, el PDF empieza a parecer insuficiente y a perder su atractivo. Los usuarios de hoy día quieren algo más que meros documentos estáticos: desean interactuar con los datos que conforman esos documentos. Los usuarios de hoy día necesitan el ADF (Analytical Document Format).

Interacción empresarial

Las compañías distribuyen documentos a largas listas de usuarios. Por ejemplo, piense en el departamento comercial de una corporación, con más de 5.000 comerciales por todo el mundo. Habitualmente han de analizar PDFs estáticos, identificar hechos de interés y apuntar cálculos en viejos portátiles. En algunas ocasiones, cuentan con hojas de cálculo adaptadas para alcanzar la interactividad. Pero esas aplicaciones


customizadas cuestan millones de dólares, y son propensas a errores. Un ADF proporcionaría a las empresas esas funciones, pero sin inconvenientes ni costes añadidos.

Interacción personal

El valor de un documento analítico interactivo no solo es aplicable al entorno laboral. Además, cuenta con aplicaciones extensibles al uso personal. Por ejemplo, imagine poder descargar los movimientos de las tarjetas de crédito de su familia. Quizá sería interesante poder clasificar los gastos para saber cuándo y dónde se ha gastado más su familia y entender cómo ahorrar más y mejorar sus cuentas.

Más allá del mundo on-line

Algunos críticos podrían aludir que muchas de estas funciones analíticas interactivas están disponibles en el mundo on-line. Por lo que, ¿cuál es la principal ventaja del Analytical Document Format? La portabilidad. De hecho, es la "P" de PDF lo que lo hace tan valioso, y esa portabilidad es un aspecto crítico del ADF. Ello garantiza su uso en cualquier lugar –en un tren, en un avión, en un parking sin conexión a Internet... Es disparatado asumir que los usuarios siempre van a contar con conexión a Internet. El BI actual es móvil, y los usuarios quieren acceso a sus datos analíticos en cualquier lugar. Este aspecto le da aún más relevancia al Analytical Document Format, que ofrece portabilidad, interactividad y funcionalidades de diseño e impresión.

No hay duda de que conforme los usuarios sean más avezados en el uso de la tecnología, aumentará la demanda de documentos inteligentes. Este tipo de documentos no sólo fomentarán la interacción en modo auto-servicio, sin papeles, sino que también ayudarán a las compañías a incrementar la satisfacción de sus clientes e, incluso, a obtener nuevos. Considero que para el año 2020 el Analytical Document Format se habrá extendido sin remisión y que el clásico PDF formará parte del pasado. 

*El autor es gerente Preventa de Information Builders para México, España y Portugal.

Más allá de TI, descubre el valor negocio de Big Data y libera el poder de tus datos.



¿Por qué Excelerate Systems?

- ✓ Tenemos más de 10 años en el mercado latinoamericano
- ✓ Nos asociamos únicamente con soluciones líderes
- ✓ Más de 20 proyectos exitosos de Big Data en LATAM nos respaldan
- ✓ Nuestros profesionales tienen la experiencia y conocimiento para estar un paso adelante
- ✓ Estamos presentes en Norteamérica, Latinoamérica y Europa
- ✓ Más de 150 clientes satisfechos alrededor del mundo



Pasemos del concepto a la acción, contáctenos en:

☎ 52 (55) 5255-1329
✉ sales@exceleratesystems.com

🌐 www.exceleratesystems.com
🐦 @ExcelerateSys

Costo beneficio con **Key BPS**

Rogelio Herrera

- Se reúne con sus principales canales y usuarios
- Presente iniciativas para diferentes verticales
- Conjuga soluciones de seguridad y automatización

Con una asistencia de alrededor de 50 personas, el mayorista presentó su oferta tecnológica y comercial, destacan las cámaras de video que integran funciones de analítica y automatización para optimizar espacios laborales y residenciales, esto se complementa con soluciones de cableado, control de acceso e incluso movilidad. Uno de los principales diferenciadores es la entrega de soluciones completas.

Jorg Altenheimer, director en México de la empresa, mencionó: “La idea es mostrar soluciones para diferentes verticales como hoteles, tiendas de comercio minorista u hospitales, en los que se integran plataformas de video vigilancia, control de acceso y automatización, así es posible habilitar espacios inteligentes. Una de nuestras estrategias es agregar sólo marcas que complementen nuestro portafolio”. Recientemente agregó a las marcas Vertical Cable y KabelTray. A nivel comercial, una de las preocupaciones es entregar la mejor relación costo beneficio del mercado con cada proveedor, con ello busca captar una mayor participación, además de consolidar su ecosistema de distribución, a esto se agregan constantes actividades de habilitación y presencia en diferentes foros de la industria.



Jorg Altenheimer

estrategias de negocio. Si bien no busca competir por precio, la firma recomienda a los integradores enfocar sus planes de negocio en aspectos como el costo total de propiedad (TCO), esto resulta más atractivo para las empresas.

Cobertura y diferenciadores

“Somos un mayorista de valor agregado enfocado en habilitar a los integradores y dar seguimiento a sus proyectos, también ofrecemos diferentes planes de financiamiento de acuerdo a las necesidades de los propios proyectos; nuestro programa de canal contempla cuatro categorías, que de acuerdo al desempeño y compromiso del socio, entregan diferentes beneficios”, agregó.

Además de la distribución de marcas como Mobotix, Level One, Panasonic, S2 y SKL, la firma dispone de un área de desarrollo con soluciones para la pequeña y mediana empresa, también destaca la oferta de teléfonos inteligentes con alto nivel de cifrado de CryptoPhone; de hecho, su portafolio se divide en áreas de control de acceso, video vigilancia, administración de identidad, gestión de monitoreo y alarmas. ↙

Categorías y beneficios en Key BPS

- Registered: Margen de 10%, habilitación en línea, acceso al showroom, sitio para socios, kit de mercadotecnia
- Silver: Fondo de mercadotecnia, descuento de 15%, precios preferenciales en soluciones demo, capacitación en línea
- Gold: Reducción de 40% en plataformas para demostración, margen de 20%, hospedaje de página web, sitio para socios
- Black: Acceso a plataforma CRM, márgenes de 25%, costo preferencial en equipos demo, kit de mercadotecnia

Dicha estrategia le permite llegar a las principales ciudades del país, el objetivo es mantener una constante retroalimentación con el canal para conocer sus necesidades y determinar mejores

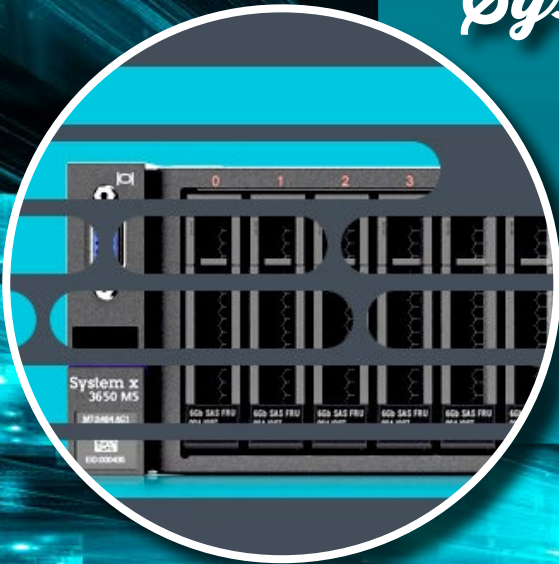
Sabemos
qué le interesa al **canal**



ventas@esemanal.mx
(55)50902055

Productos

System x3650 M5 de **Lenovo**



Servidor con procesador Intel Xeon para administrar cargas de trabajo tanto en grandes empresas como en pequeñas. Optimizado para cloud, virtualización, big data y analítica. Incorpora funciones de consumo eficiente de energía para reducir el costo total de propiedad (TCP).

Descripción
Ofrece hasta un 44%3 más de rendimiento de CPU, 22% más de núcleos, 12% más de velocidad de memoria, hasta un 23% más de velocidad en el rendimiento con Hadoop y hasta un 30% más de velocidad en encriptación de datos en comparación con la generación anterior.

contactame@esemanal.mx

Smart MultiXpress M5370LX de **Samsung**

Multifuncional A4 monocromático con sistema operativo Android. Para cualquier entorno de negocio. Cuenta con un centro de experiencia del usuario (Smart UX Center) que le permite operar independientemente sin necesidad de usar una computadora personal.

Descripción

Pantalla táctil de 10.1" para buscar e imprimir desde Internet, correo electrónico u otros tipos de contenido, además de previsualizar y editar documentos.

Características

- CPU de 1GHz de dos núcleos
- Con tecnología ADF de escaneo doble
- Escaneo de hasta 55 imágenes por minuto por un lado
- Incorpora un tóner que rinde 30.000 páginas
- Velocidad de impresión de hasta 53 páginas por minuto
- Escalabilidad de aplicaciones de impresión
- Permite un acceso más fácil desde teléfonos inteligentes para impresión móvil

contactame@esemanal.mx





Echelon GTX 950 de Asus

- Características**
- Con heatpipes (máquinas térmicas) de cobre
 - El diseño del ventilador elimina el problema de secado de aceite
 - Tecnología Auto-Extreme con componentes TUF de grado militar
 - Sometida a medidas extremas de ambiente para funcionar en todas las condiciones

Tarjeta de gráficos edición limitada, ofrece rendimiento, calidad de grado militar y fiabilidad, así como un diseño de camuflaje ártico.

Descripción

Cuenta con tecnología DirectCU II, brindando refrigeración y ventilación dual-ball para un rendimiento 20% más fresco y una vida útil más larga. Incorpora GPU Tweak II, una herramienta de overclocking, así como una licencia XSplit Gamecaster de 14 días, para que los gamers puedan transmitir o grabar su partida.

contactame@esemanal.mx

BackBeat Sense de Plantronics

Audífonos inalámbricos con una duración de batería de 18 horas en una carga.

Descripción

Diseño de diadema con un peso de 140g. Ofrecen confort y eliminan la presión causada en la oreja. Integran sensores que automáticamente detiene la música al quitarse los audífonos para reproducirla al usarlos nuevamente.

Características

- Con tecnología OpenMic para escuchar el mundo exterior
- Bluetooth que puede controlar smartphones o tablets
- Rango de operación de hasta 100m

contactame@esemanal.mx



TPC 850 de TRENDnet

Switch PoE habilitado para transmitir datos a través de Ethernet, compatible con dispositivos como puntos de acceso y cámaras IP.

Descripción

Carcasa de metal, con cinco puertos a 10/100 Mbps, cuatro de ellos PoE Ethernet a 10/100 Mbps y un puerto Ethernet a 10/100 Mbps. Admite dispositivos PoE (802.3af).

Características

- Reconoce las cámaras PoE de 15.4 vatios (u otros dispositivos PoE)
- Suministra la cantidad de corriente requerida automáticamente
- Potencia disponible de 31 vatios suministra alimentación PoE hasta a cuatro dispositivos
- Capacidad de conmutación de 1 Gbps para admitir instalaciones de red EDGE

contactame@esemanal.mx



Latitude 13 7370 de Dell

Notebook de 13" enfocada a la productividad y la movilidad en los negocios. Ofrece rendimiento multitarea gracias a la 6ª generación de procesadores Intel Core M con vPro y vPro WiDi 6.0 y una pantalla touch FHD InfinityEdge y QHD+ con Corning Gorilla Glass NBT.

Descripción

Carcasa con cubierta opcional de fibra de carbono o aluminio. Tiene un peso de 1.12 kg y un grosor de 14.32 mm. Conectividad inalámbrica, compuesta por cuatro antenas opcionales para redes WWAN, con duración de batería estándar.

Características

- Con 4 GB de memoria RAM LPDDR3 a 1600 MHz
- Unidad de estado sólido M.2 SATA clase 20 de 128 GB
- Tecnología Thunderbolt 3
- Lector de tarjetas de memoria Micro SD 4.0
- Puerto USB 3.0 Type-A y un puerto Micro HDMI

- Almacenamiento de datos mediante autenticación
 - Permite un BIOS flexible y automatizado, configurable a través de herramientas gratuitas de la marca
- contactame@esemanal.mx



Razer Core

Gabinete de gráficos externo, permite jugar con rendimiento de escritorio en laptops a través de una conexión Thunderbolt 3 con la conveniencia del plug-and-play.

Descripción

Estuche de aluminio con un tornillo de mariposa que asegura a la tarjeta de gráficos. Puede albergar tarjetas que consumen hasta 375 watts con dimensiones máximas de 310 x 152 x 44 mm. El soporte para conectar y jugar varía de acuerdo con el chipset de gráficos y con el modelo de la notebook.

Características

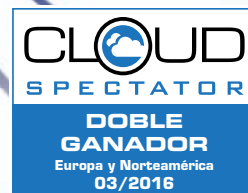
- Conexión a una PC: Thunderbolt 3 con el cable de 40 Gbps incluido
- Soporta tarjeta de gráficos PCI-Express x16 de doble anchura y longitud completa

- USB 3.0 x 4
 - Gigabit Ethernet 10/100/1000
 - Tecnología de iluminación de dos zonas
 - Fuente de alimentación 500 W
 - Dimensiones aproximadas: 4.13" (104.9 mm) ancho x 13.38" (339.9 mm) longitud x 8.6" (218.4 mm) altura
 - Peso aproximado: 4.94 kg
- contactame@esemanal.mx





APPS ¡PARA TU CLOUD!



1&1 SERVIDOR CLOUD:
**1 MES
¡GRATIS!***

Gracias al **1&1 Cloud App Center** podrás poner en marcha todas tus aplicaciones rápidamente. Elige entre más de **100 aplicaciones de vanguardia** y combínalas con la velocidad y el rendimiento del **mejor Servidor Cloud de Alemania**.

- ✓ **Plataforma segura y potente**
- ✓ **Sin necesidad de conocimientos técnicos**
- ✓ **Facturación por minutos**



☎ **01 800 1238393**
en español 24/7



1and1.mx

*1&1 Servidor Cloud un mes gratis. Después, desde \$89/mes. \$149 de cargo por activación y sin compromiso de permanencia mínima. Garantía de satisfacción de 30 días o el reembolso total de tu dinero. 1&1 Servidor Cloud powered by Intel® Xeon® con procesador E5-2683 V3 (35M Caché, 2.00 GHz). Intel® y el logo de Intel® son propiedad de Intel Corporation en Estados Unidos y otros países. Para más información, favor de consultar nuestras Ofertas Especiales en 1and1.mx. ©2015 1&1 Internet. Todos los derechos reservados.



Imagina: Tener las mejores impresiones al mejor precio.

Por fin de temporada, del **1 al 30 de abril de 2016**, aprovecha las últimas unidades de la **OfficeJet Pro X** con tecnología HP PageWide que imprime toda la página en una sola pasada y la **OfficeJet Pro 8620** que imprime a un costo por página¹ hasta 50% inferior al de las impresoras láser de la competencia.

Precios de fin de temporada:

HP OfficeJet Pro 8620
\$2,099.00 +IVA



HP OfficeJet Pro X476dw
\$4,949.00 +IVA



Acércate a tu mayorista o visita:

www.hp.com/lar/officejet

www.hp.com.mx/officejetprox

¹La declaración del costo por página (CPP) compara la mayoría de las impresoras láser a color Todo-en-uno <US\$400 a partir de febrero de 2015, según la participación en el mercado informada por IDC desde el cuarto trimestre de 2013. El CPP de los consumibles láser está basado en especificaciones publicadas por los fabricantes para los cartuchos de mayor capacidad. El CPP está basado en el precio estimado de venta al público, el rendimiento publicado y la impresión continua de los cartuchos de tinta HP 934XL/935XL. Los precios podrían variar. Los rendimientos podrían variar basado en las imágenes impresas y otros factores. Consulte hp.com/go/learnaboutsupplies
© 2016 Hewlett-Packard Development Company, L.P. La información contenida en el presente documento está sujeta a cambios sin previo aviso. HP no será responsable de errores u omisiones de carácter técnico o editorial en este documento.