

26 de junio de 2017 · Año 25 | No. 1236

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Aniversario
25



EPSON

demasiado potencial de negocios

Ruta CT

todo un éxito
en CDMX

TVC

diversos apoyos
a su canal

Vorago

se consolida y
aumenta asociados

Premiamos la lealtad de nuestros asociados a través de nuestros **programas de fidelización:**



Premia a las **empresas** con:

- Puntos canjeables por regalos
- Fondos para actividades Marketing
- Consultoría Empresarial y en Mercadotecnia
 - Apoyo en equipo demo
 - Bonificaciones



Premia a los **vendedores** con:

- Viajes internacionales y nacionales
 - Gadgets
 - Electrónicos
 - Experiencias
- De manera anual y bimestral



Se parte de CompuSoluciones e inscríbete en:

EXPECTATIVAS POSITIVAS PARA EL CANAL



Con diversos incentivos, apoyos para sus canales, así como una oferta sólida en impresión, video proyección y hasta robótica, Epson cumple 30 años de presencia en México.

Alberto Arredondo, director general Epson México y vicepresidente de canales para América Latina, comentó a eSemanal que la etapa de incertidumbre ya terminó y ahora el mercado está respondiendo mejor. Además, explicó que de acuerdo con cifras de IDC y Select se espera un crecimiento de un dígito en la industria, por lo que aumentará la dinámica de negocio en el segundo semestre del año.

Por su parte, Emilio Murillo, director comercial de la compañía en el país, mencionó que la marca tiene una oferta completa para diferentes verticales de negocio, lo cual es atractivo para el canal de distribución, quienes además tienen la oportunidad de hacerse acreedores a participar en múltiples promociones tanto nacionales como internacionales.

El pasado 14 de junio, la Ruta CT 2017 llegó a la Ciudad de México, donde Saúl Rojo, director general del mayorista, reiteró a sus canales que su compromiso no se limita solamente a entregar productos y servicios de calidad, sino que el acuerdo incluye capacitarlos para que puedan afrontar los retos que sus clientes les demandan. El evento cumplió con las expectativas de sus asociados quienes tuvieron la oportunidad de certificarse, participar en talleres y conferencias, así como una exposición de aproximadamente 30 marcas. Además, se anunció parte de la estrategia de la compañía enfocada en tres pilares: la primera en lo transaccional, basada en la transformación digital de CT, comercio electrónico y segmentos de gaming y alto rendimiento; la segunda soluciones, que incluye una oferta de infraestructura, redes, telefonía y seguridad, entre otras. Por último, crecimiento con nuevos negocios, que comprende soluciones de software, Internet de las Cosas (IOT), servicios en la nube con CT Cloud, servicios administrados de impresión y licenciamiento electrónico. ¡Felicidades!

En otro orden de ideas, el experimentado Carlos Pino, director de ventas y servicio en TVC, habló de las oportunidades que brindan al canal con sus líneas de negocio de CCTV, control de acceso, conectividad, redes, IoT, accesorios, almacenamiento y telefonía. Dijo que a través de 16 sucursales atienden el mercado nacional; además tienen toda una oferta de servicios para que el canal solamente se tenga que dedicar a vender.

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 Pitágoras 504-307, Col. Narvarte, C.P. 03020, México D.F. Número de certificado de reserva: 04-2013-100817455000-102. Certificados de licitud y contenido de título: 14101. Editor responsable: Francisco Javier Rojas Cruz. 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

EPSON, 30 AÑOS
IMPRESIONANDO A MÉXICO

30 v

PRODUCTOS



MAYORISTAS

NETWORK1-IBOSS, ALIANZA
DIRIGIDA A LA SEGURIDAD

06

TVC BRINDA DIVERSOS
APOYOS PARA
DESARROLLAR A SU CANAL

26

>>



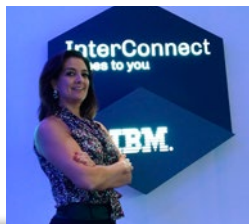
28 RUTACT 2017
ESTACIÓN CIUDAD
DE MÉXICO >>



DESARROLLADORES

MÁS RENTABILIDAD EN LA
NUBE CON MYBUSINESS POS 08

10 AS A SERVICE
COMO
BANDERA DE
IBM CLOUD



ESET SECURITY DAYS 2017, UN
FRETE COMÚN AL RESGUARDO DE LA
INFORMACIÓN 22

FABRICANTES

MINNO TABLETS GANA
PARTICIPACIÓN EN EL CANAL 12

14 VORAGO SE
CONSOLIDA Y
AUMENTA SU NÚMERO
DE CANALES >>



24 CANON IMPULSA
EL NEGOCIO DE SU
CANAL

JABRA ENTRA DE LLENO AL
NEGOCIO DE ALTAVOCES 32

DIRECTORIO

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

Reporteros Víctor 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 Pimentales
alfredo.pimentales@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

Suscripciones suscripciones@khe.mx

Distribución Marcelino Santillán

Búscanos en:



eSemanal
Periodismo
del canal Tic



/noticiasdelcanal



/noticiasdelcanal



/esemanal



@esemanal

www.esemanal.mx

Network 1-iboss, alianza dirigida a la seguridad

Victor Chávez

LAS COMPAÑÍAS OFICIALIZARON LA LABOR QUE VIENEN DESEMPEÑANDO DESDE TIEMPO ATRÁS, GRACIAS A LA RELACIÓN DE SUS OFICINAS CENTRALES EN ESTADOS UNIDOS.



Ejecutivos de iboss y Network 1

La oferta del fabricante es una arquitectura híbrida basada en nubes privadas, ofrece flexibilidad y reducción de costos en hardware, ancho de banda con soluciones de seguridad de datos, gracias a una sola plataforma y punto de gestión que permiten administrar el control de aplicaciones, control de ancho de banda, detección avanzado de robo de información y un motor de análisis de riesgo para robustecer la seguridad de los usuarios finales. Asimismo, el portafolio de iboss también contempla nubes privadas bajo un esquema As a Service, por lo que el cliente no se preocupa por instalación y mantenimiento de hardware, el cual es escalable bajo demanda. La marca cuenta con varios modelos de servicio, desde una nube pública para vender a clientes pequeños y subirlos a esa nube, pasando por el esquema tradicional on premise, el ya mencionado As a Service, y si el cliente ya tiene un firewall o switch, la marca le puede proveer los servicios para que sea cloud, con la posibilidad de combinar las propuestas según lo demande el cliente.

Adiciones

A decir de Víctor Pérez, director ejecutivo de Network 1 México, esta alianza complementa su catálogo en seguridad, pues cabe recordar, el mayorista está estructurado en 4 divisiones: comunicaciones estructuradas, seguridad física electrónica, POS-Escaneo y centro de datos e infraestructura y dentro de ésta comercializan las soluciones de iboss.

“Hemos desarrollado el cross-selling, para que entre las diferentes áreas y líneas de negocio se apoyen y se complementen unas a otras y en este caso, la ciberseguridad entra en todas las divisiones y con la alianza cubrimos el hueco que teníamos”, afirmó Pérez.

Por su parte, Guillermo Espejo, BDM IT Security Network 1, aclaró que como ya trabajaban con la marca, cuentan con una base de partners, pero otros están levantando la mano para entrar con iboss, además invitarán a socios de otras áreas de negocio dentro del mismo mayorista para integrarlos al ecosistema. Por el momento son 10

canales los que ya están laborando, hay otros en la “prospección”, que están interesados y los van a capacitar para que la comercialicen.

“Los ideales son los que ya venden seguridad TI, pero de otros perfiles pueden venderla sin problemas. Les ofrecemos entrenamientos, la asesoría necesaria para que puedan comercializarla aunque no sea su ‘core business’ y eso le agrega valor a la sinergia”, abundó Espejo.

Valor

Por otro lado, Eduardo Orellana, gerente de canales LATAM en iboss, compartió que manejan un programa de asociados con 4 niveles: Bronze, Silver, Gold y Platinum, resaltó que sí es necesario hacer una inversión de tiempo en entrenamiento por parte de los canales; a la par, van a trabajar de la mano con los socios

para hacer un “business plan”, y cuando se registren, tendrán acceso, entre otros beneficios, a una nube demo, para poder hacer prácticas.

“Por el tipo de solución que vendemos se requiere de partners con buena capacidad tanto a nivel técnico como comercial para implementarlo, porque no es un producto transaccional y los partners de Network 1 tienen ese perfil. Gracias a esto, esperamos tener un crecimiento del 100% al cierre del año”, comentó Orellana.

Cabe señalar, que las soluciones aunque inicialmente están enfocadas para el mercado Enterprise, está en planes trabajar con Services Providers, y entonces ofrecerán soluciones y servicios a la PyME e incluso al residencial, pero bajo el modelo del ISP. ↴



SISTEMA DE NÓMINA

Procesamiento y Outsourcing de NÓMINA

Conectable (Opcional)
de forma Nativa a
VISORUSERP

Oficinas CDMX: Perpetua 40 5to piso
Sn. José Insurgentes, CP 03900 Cd. México
Atrás del teatro Insurgentes.

Oficinas Oaxaca: Macedonio Alcalá 305-12, corredor turístico
Col. Centro, CP 68000, Oaxaca, Oaxaca.
Tel: 01 (55) 4169 6854
E'mail: atiendeme@visorus.com



CITIZEN

TECNOLOGÍA CONTABLE
especializada para **Despachos.**



Román Rosales

Más rentabilidad en la nube con MyBusiness POS

Rogelio Herrera

- Consolida su iniciativa de entrega de soluciones cloud
- Mantiene iniciativa de habilitación en todo el país
- Realiza la décima edición de su foro de negocio en Cuba

En relación con el año pasado, la firma registró un crecimiento de alrededor de 12%, esto a pesar de las condiciones poco favorables del mercado. Una de las iniciativas que le permitió mantener este comportamiento fue enfocarse en grandes proyectos dentro del segmento corporativo, a esto se sumó la venta cotidiana del sistema.

Román Rosales, director comercial de MyBusiness POS, afirmó: “Si bien pasamos por un periodo de incertidumbre, el mercado ha recuperado la confianza, gracias a la estabilización del tipo de cambio. Así se han retomado proyectos que se postergaron. Es importante que el canal capitalice toda la rentabilidad que ofrecen las grandes empresas”.

Otra innovación es la entrega de servicios cloud, esto responde a los complejos de integración del corporativo, ya que se reducen los montos de inversión. Adicionalmente se pueden obtener información de inteligencia de negocio que permite optimizar los procesos e incluso se puede mejorar la relación de negocio entre los pequeños y las grandes empresas.

ALIADOS PRESENTES EN EL FORO DE NEGOCIO

Azerty: Mayorista orientado a captura de datos

Billpocket: Lector móvil de tarjetas bancarias

Bixolon: Proveedor de impresoras para PoS

CT: Distribuidor por volumen con amplia cobertura

Datalogic: Equipos de lectura y captura de información

EC Line: Fabricante de componentes de punto de venta

Honeywell: Lectores e impresoras de código de barras

Newland: Línea de escáneres para recopilar información

PartnerTech: Diversos componentes de punto de venta

Scansource: Mayorista de PoS con presencia regional

Un foro para celebrar

A finales de mayo, el desarrollador realizó la décima edición de su convención de negocio, ofreció diferentes conferencias de desarrollo empresarial, así como sesiones con las firmas participantes. Aprovechó el evento para presentar su nueva versión del software, además de destacar los beneficios en términos de negocio que ofrece la nube.

“Al enfocarnos en la innovación buscamos que cada año se destaquen los nuevos productos de cada patrocinador, esto nos ha permitido tener la atención del canal por diez años. Actualmente estamos realizando actividades de habilitación en las principales ciudades del país, esto se complementa con información en línea”, indicó Rosales.

Para consolidar su presencia a nivel nacional, la firma recientemente cerró convenios de distribución con los mayoristas: CVA, Intcomex y PCH, adicionalmente trabaja con: Barware, Computol, Compugolfo, Ingram Micro y Nimax. Una de sus prioridades es dar seguimiento a los nuevos canales que se agregan con dichos socios de volumen.

Otro diferenciador de su oferta es entregar rentabilidad constante, la cual deriva de funciones como la venta de tiempo aire entre otros conceptos. A esto se añade la escalabilidad de la plataforma, ya que incluye un ambiente de programación, así el propio canal puede desarrollar nuevas funcionalidades e incluso generar soluciones verticalizadas. 

EXPO CANAL TIC

 eSemanal
2017
3-23 de Julio



- Soluciones de Valor
- Fabricantes
- Distribuidores
- Mayoristas
- VARs
- TICS
- Negocio
- Productos
- Tecnología
- Integradores
- Infraestructura
- Servicios

www.convencionesvirtuales.com

Ventas y contrataciones de Stands:
ventas@cievsa.com (55)5090-2050

As a Service como bandera de IBM Cloud

Victor Chávez



María Rosa Casillas

LA FIRMA LLEVÓ A CABO UNA RÉPLICA DE SU EVENTO CONNECT 2017, EN EL PAÍS, DONDE A LOS ASISTENTES SE LES MOSTRARON LAS OPCIONES QUE LA MARCA OFRECE EN LA NUBE.

A decir de María Rosa Casillas, directora de Cloud IBM México, el encuentro de 5 o 6 días que se realizó en la ciudad de Las Vegas, Nevada, es uno de los más importantes que la marca lleva a cabo, en donde asisten más de 22 mil clientes, y no sólo porque su presidenta hace el anuncio de las principales alianzas, y el foco de las inversiones que hará la empresa durante el año, sino porque les da la oportunidad de compartir experiencias entre clientes.

El de la Ciudad de México es una manera de resumen donde se dan a conocer las tendencias que aborda IBM, sobre todo porque hace un par de años la firma cambió de

orientarse a HD, SW y servicios a ser una compañía de cloud y soluciones cognitivas, la idea es mostrar cómo pueden acelerar la transformación digital de sus clientes para que hagan una rápida adopción de las nubes.

“Tenemos el concepto que una nube pública no es para todas las empresas ni para todas las aplicaciones, por eso vamos con una estrategia de nube híbrida y con propuestas ‘As a Service’. Nos enfocamos en cómo conseguir y preservar la inversión que ya tiene el cliente, tomar lo mejor de la nube pública y lo más importante, cómo las podemos conectar, pensando que para finales de

2017 el 50% de nuestros clientes corporativos tendrán una nube híbrida”, comentó Casillas.

Según la directora, el cliente que ya nació en el cloud público va a continuar ahí, tal es el caso de los startups, quienes entienden esos conceptos, pero los modelos tradicionales tienen cierto cuestionamiento sobre las cargas que se deben de llevar y el beneficio de estar ahí. Para ellos la marca pone a su disposición un área de consultoría para que sepan cuáles son las aplicaciones que le van a sacar mayor beneficio en las nubes. Durante el evento también se habló de alianzas como la de Salesforce, para venderlo como SaaS dentro de la nube de IBM, una lianza con AT&T, y del incremento en la demanda de los datos, mismos que van a estar interactuando con las redes sociales, por ejemplo.

Fortaleza

“Hoy contamos con 160 servicios que los clientes pueden bajar de las aplicaciones de Watson. Hemos fortalecido áreas como la de almacenamiento en la nube y su acceso con costos muchos más accesibles, así como lanzamos una plataforma para hacer la integración de las diferentes nubes, y Containers en Bluemix para los que están desarrollando aplicaciones”, explicó la entrevistada.

A decir de Casillas, IBM aparece como la primera nube para empresas y ahí están en-

focando los recursos: en los datos, pues consideran que su plataforma debe ser el centro para administrar la información para que los clientes la exploten mejor y dentro de su ADN están las soluciones cognitivas, incluyendo las que gestionan las redes.

Industrias como la banca, aseguradoras, retail, entre otras, son en las que el fabricante tiene presencia, sin embargo, tienen clientes que están pagando menos de 500 dólares al mes por un servicio en la nube o por uno o dos servidores, menos de 100 dólares mensuales, y eso ayuda a democratizar la tecnología para que llegue a cualquier tamaño de empresas, porque pagan sólo por el uso de la tecnología y eso lo hace un esquema flexible.

Transformación

“Hay canales que nacieron con este modelo en un ambiente de servicios, pero los tradicionales están segmentando una parte de su negocio para pilotear esto, porque se maneja de una forma diferente, y así puedan entender cómo van a generar revenue con este nuevo modelo. Cabe recordar que el 60 o 70% de las aplicaciones que se desarrollan en el mercado están siendo en cloud y si como canal no se transforman se van a quedar atrás”, concluyó Casillas. ↴



Minno Tablets gana participación en el canal

Álvaro Barriga

- TABLETAS DESDE 8" HASTA 21.5"
- INTEL, MICROSOFT, GOOGLE Y ROCKCHIP SUS SOCIOS
- CONFIGURACIONES ESPECIALES PARA PROYECTOS

La marca ha incrementado su participación en el mercado mexicano, actualmente tiene más mayoristas, entre ellos PCH, lo cual les ayuda a que los productos estén con el usuario final y los canales ya ganen dinero con los equipos.

Carlos Sandoval, director para México y Latinoamérica en Minno Tablets, explicó a **eSemanal**, que algo de lo más complicado ha sido quitar la mala imagen que dejaron muchas tabletas de baja calidad que llegaron al mercado, lo cual afectó a los usuarios y el canal también quedó resentido y precavido a querer experimentar nuevamente. "Hoy en día, todos nuestros equipos están funcionando, el canal los está aceptando y cada vez más distribuidores están tocando las puertas, así como corporativos y gobiernos que quieren probarlos, lo cual es una satisfacción. Además hemos tenido algunas oportunidades que han surgido en Latinoamérica".

La marca adelantó que pronto comercializarán celulares en México. Además, en 2018 consideran trabajar laptops y soluciones para punto de venta.

Componentes

Según el director, todos los procesadores de las tabletas de las líneas Windows son Intel, lo cual garantiza la calidad y confianza que les permite satisfacer las demandas del mercado. En el caso de los equipos Android, manejan tecnología Rockchip de última generación, la cual también va evolucionando, "poco a poco hemos entrado con los procesadores de gama alta, además algo que nos ayuda en Android es el Sistema Operativo que es puro".



Carlos Sandoval

En cuestión de desarrollo de canales, dijo que están reclutando distribuidores, por ello están abiertos a aquellos que se sumen a trabajar el producto, es decir, proyectos como los que han conseguido en la CDMX, el gobierno de Guanajuato, así como en corporativos y casas encuestadoras, además de Best Buy Business.

Otra ventaja que destacó Sandoval es que pueden configurar los equipos de acuerdo a las necesidades del cliente a partir de mil unidades. "Respaldamos al canal para garantizar los apoyos en los proyectos corporativos y de gobierno".

"NO ESTAMOS CERRADOS A NINGÚN CANAL, NI CONDICIONAMOS LOS APOYOS, LO QUE QUEREMOS ES SUMAR MÁS BRAZOS E IR A MÁS LUGARES": CARLOS SANDOVAL

"Nuestros equipos necesitan mostrarse, por ello quienes han tenido la oportunidad de tener nuestros productos en sus manos, nos han favorecido con comercializar la marca", afirmó. ➡

Mayoristas de Minno
PCH, CT, Nimax, Bluestar, Newco y Memomedia.

EL ESCÁNER COMPACTO IDEAL PARA LAS PYMES



BANDEJA DE
SALIDA PRINCIPAL

DISEÑO
COMPACTO
Y PRACTICO

SOFTWARE
Y HERRAMIENTAS
INCLUIDAS



Rodrigo Vargas

Vorago se consolida y aumenta su número de canales

Alvaro Barriga

NUEVAS LÍNEAS DE PRODUCTO ACORDE A LAS TENDENCIAS TECNOLÓGICAS, CERTIFICACIONES DE CALIDAD EN SUS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, ASÍ COMO COBERTURA Y APOYOS PARA SUS CANALES, SON SOLO ALGUNAS DE LAS VENTAJAS QUE HAN SOLIDIFICADO LA ESTRATEGIA DEL FABRICANTE.

Rodrigo Vargas, director de Vorago, indicó que consolidar a los canales con los que han estado trabajando y desarrollar nuevos productos, han sido parte de la estrategia, pues en el transcurso del año han desarrollado aproximadamente entre 80 y 100 nuevos productos, ya que mes con mes agregan nuevas líneas y refuerzan las que ya tienen, esto es con base en la tendencia del mercado, a las oportunidades que detectan con los canales y a las mejoras que les hacen los mismos socios.

“Siempre estamos buscando tener la mejor solución para el cliente, no nos quedamos con el producto que hicimos, sino buscamos qué podemos mejorar con él”, comentó.

El directivo resaltó que dentro de las mejoras siempre están identificando oportunidades, por ejemplo, la movilidad eléctrica, “uno de los dispositivos que trajimos desde noviembre del año pasado para la temporada de ‘fin de año’ fue el patín eléctrico go kart, es un producto que causó sensación, lo vendimos muy bien, lo empezamos a incluir en el canal y ha gustado mucho, sobre todo en las últimas convenciones en las que hemos participado”. Señaló que se ha vendido para consumo personal, pero también tiene potencial en proyectos de movilidad, en hoteles y universidades. “Hay diferentes oportunidades de negocio que se pueden abrir con este producto”.

Otra área de consumo en la que están incursionando es VR (Realidad Virtual), al cual le han agregado audio con diademas integradas, es un producto que de acuerdo con Vargas ha gustado mucho y les ha abierto oportunidades de mercado.

En cuanto a PC, explicó que están desarrollando mucho el

tema del gaming, “tenemos dos segmentos, uno que se maneja con Vorago, que es la serie 500 con colores y buenas imágenes y por otro lado, desarrollamos una nueva marca que se llama Game Factor, dirigida a un nivel más profesional, con mayor requerimiento y certificaciones, algo de mejor performance y la verdad lo estamos introduciendo bien en el canal con buena aceptación y está creciendo cada vez más”. Añadió que tienen gabinetes especializados, fuentes de poder certificadas 80 plus, teclados, mouses con chips especiales, diademas para múltiples usos gracias a su salida óptica digital.

De acuerdo con Vargas, en Vorago también voltearon hacia el estilo de vida de la gente con el tema fitness, para ello han desarrollado toda una línea sport para las personas que hacen algún deporte. Son audífonos Bluetooth en varios colores, sobre todo en neon.

Canales

Actualmente la compañía tiene un mapeo general del posicionamiento de la marca en el país. “Prácticamente vendemos en todo México, aunque hay algunos estados más fuertes que otros. Día con día vamos desarrollando más estados, tenemos una buena distribución”.

En ese sentido, destacó que PCs y proyectos se vende más en algunos estados de la república, que es donde están las principales órdenes de gobierno, corporativos, etcétera.

Calidad

“Mucha gente nos pregunta: ¿qué valor agregado puede ofrecer Vorago? De entrada nuestra misión es generar productos de calidad al alcance del consumidor, creemos fielmente que la tecnología buena no tiene porqué ser cara. Realmente nos esforzamos, nuestro equipo de calidad y marketing, siempre hacemos un análisis exhaustivo de dónde está la oportunidad de negocio, las tendencias de mercado, la oportunidad para el distribuidor no sólo en el mercado de TI tradicional, sino en el de tecnología que hoy converge con varias industrias, es una ventaja que ofrecemos no solo como Vorago, no estar solo en tecnología tradicional, eso nos ayuda a que hagamos crecer a nuestros diferentes distribuidores y en otras industrias”.

Explicó que después de ese análisis crean el producto ideal para el cliente y la banda de precio adecuada, “para esto nos vamos sobre muchos estándares, tenemos una oficina en Asia (China), para validar cada uno de los componentes con los que vamos a ensamblar nuestro producto, validamos la mejor calidad de componentes, ya que hay muchas opciones de ellos, para que garanticen una buena experiencia de uso”.

Afirmó que hacen todo un proceso de validación de producto y de garantizar la calidad, “también tenemos en nuestra planta la certificación ISO 9000 2008 y estamos por obtener la ISO 9000 2015, lo cual da certeza de que lo hacemos con estándares internacionales”.

Mayoristas de Vorago

CT, Exel del Norte, Grupo Loma, Ingram Micro y PCH.

“ES GRATO QUE CADA VEZ MÁS HAYA EMBAJADORES DE VORAGO EN EL CANAL”: RODRIGO VARGAS

Futuro

De acuerdo con el directivo, en el mediano plazo Vorago estará consolidada como la mejor marca de TI en México, para ello están buscando más certificaciones que lo avalen. Además, comentó que hay países de donde los han buscado, “clientes de algunos de nuestros mayoristas, pero en un par de años queremos desarrollar el mercado internacional”.

Apoyos

Actualmente tiene más de 300 SKUs y recomendó usar los productos, ya que es importante esa experiencia para que el canal pueda transmitir el mensaje, además de que les abre negocios.

También, cuentan con capacitaciones, estrategia de generación de demanda a través de redes sociales, marketing digital. Dispone de rebates, vestimenta para puntos de venta, disponibilidad y acompañamientos en cuentas con clientes, entre otras cosas.

Nuevas líneas

Según Vargas, hay muchas oportunidades interesantes, de hecho, el mes pasado agregaron a su portafolio un celular, ya que cada día está más fuerte el tema de telefonía abierta, con especificaciones y buen costo. “Sí vemos áreas de oportunidad no sólo en video vigilancia, sino en seguridad completa, con cámaras y sensores conectados al hogar”.

Por último, declaró: “el canal debe darse la oportunidad de conocernos, ya que es de gente abierta a nuevos negocios, ser pasivo no te genera valor, se debe apostar por el producto que está cada vez más en la aceptación del usuario, las oportunidades no llegan solas, sino hay que buscarlas” 

Portada

Alberto Arredondo

EPSON

30 años

IMPRESIONANDO A MÉXICO

Victor Chávez

ESTE AÑO DE GALA PARA LA FIRMA SUBSIDIARIA, REPRESENTA NO SÓLO LA SÓLIDA PRESENCIA QUE HA MANTENIDO EN EL PAÍS, SINO QUE SIGUE CONSOLIDANDO ESQUEMAS DE TRABAJO PARA SUS CANALES CON EL RESPALDO DE NUEVOS PRODUCTOS.

“El mercado está más tranquilo, después del periodo de incertidumbre que se vivió a raíz de las elecciones en Estados Unidos, por las declaraciones de antes, durante y después de los primeros meses del gobierno de Donald Trump, todo ello tenía impacto en México, en la confianza de las industrias, de los inversionistas y los mercados, sobre todo, respecto al tipo de cambio, en las consecuencias sobre el TLC, etcétera”, comentó Alberto Arredondo, director general Epson México y vicepresidente de canales para América Latina.

Sin embargo, el tipo de cambio ha logrado una recuperación, se ha mantenido estable y la expectativa que se tenía de una gran volatilidad no ha sucedido. Incluso, la planeación para el nuevo año fiscal de la firma japonesa se hizo con un tipo de cambio a 23 pesos y hoy es un ambiente más equilibrado.

“Según proyecciones de IDC y Select, en la industria todavía ven, aunque bajo, la posibilidad de crecimiento de un dígito, pero hay algunos segmentos que están más lentos que otros, por ejemplo, en el mercado de impresión de inyección de tinta, el primer trimestre 2017, año calendario, decreció en unidades 7% y en revenue 9%. Mientras el segmento de videoproyectores decreció 28% respecto al año pasado en los mismos meses. Y nosotros ganamos market share, llegamos a 58% en este rubro, y en el primer caso nos mantuvimos estables”, explicó el directivo.

Es decir, los canales sí vieron un principio de año complicado, sobre todo con un abril lento por la ‘semana santa’, pero en mayo comenzó a repuntar, por lo que Arredondo cree que la segunda mitad del año el mercado estará mejor y se podrían recuperar líneas rezagadas.

El director comentó que el 95% de sus distribuidores, incluyendo retail, tuvieron crecimientos y fue

porque que muchos de ellos ya son empresas locales y miden en pesos su desarrollo, porque si lo hicieran en dólares, sería lo contrario. Pero esto es bueno, ya que origina que sus planes los hagan con una visión más positiva.

Por su parte, Emilio Murillo, director comercial en Epson México, compartió que algunos de esos resultados se debieron a que muchos de esos socios ingresaron a otros segmentos; es decir, áreas que tradicionalmente no tocaban. Por ejemplo, los mayoristas antes estaban muy segmentados en el supply, el hardware, cajas blancas y especializados, y ahora hay mucha convergencia, complementando el crecimiento con nuevas líneas o armando soluciones.

“Aunque hay diferentes historias por región, por ejemplo, quienes tenían su base de negocio en estados como Oaxaca, y por los conflictos tuvieron un impacto negativo muy fuerte. Pero se movieron a otras regiones para compensar esa caída y lograron buenos cierres”, abundó Murillo.

La empresa percibe que el mercado corporativo ha estado pasivo, aunque los proyectos no los han cancelado, sí los han aplazado, o las cantidades de lo que compraban las han reducido.

“Hay segmentos que tienen una dinámica lenta, por ejemplo, en videoproyección, el segmento educativo pasa por esto, el gobierno invertía mucho y ya no lo está haciendo, ha bajado la derrama hacia las escuelas, y eso lo han sentido canales que están apalancados ahí. Se acerca el ‘Back to school’ y las inversiones por temporada no son las mismas. Pero en el POS, siguen entrando a México muchas franquicias y eso está generando oportunidades, están llegando muchos proyectos”, mencionó el director general en México.

Portada



Emilio Murillo

Dividendos

El mercado tradicional, el de volumen y/o “run rate” (impresoras, videoproyectores, los consumibles, etcétera), sus crecimientos son moderados y la firma está entrando a nuevos negocios, con base en su tecnología. Están consolidándose en la impresión de gran formato para textil, donde ya van en la tercera generación de máquinas y están por lanzar equipo para impresión directa sin tener que pasar por papel para sublimar. El año pasado adquirió una compañía italiana, la cual ya se está integrando a la organización y está comenzado a fabricar para elevar la producción para pasar de soluciones analógicas a digitales y ahí hay una enorme oportunidad de crecimiento. También está el área de impresión de gran formato con solvente, donde Epson presume ser el número uno y al alza.

Otro segmento a resaltar es el negocio de inyección de tinta, con equipo diseñado para el negocio administrable, de alto volumen y bajo costo de impresión a color, prácticamente al precio de blanco y negro. Con tecnología de inyección de tinta propia Precision Core, con 6 productos en el portafolio, dos de ellos de bolsa de tinta con capacidad de 50 mil o 70 mil páginas y otros de alto rendimiento con consumo de energía de 85% menor que una impresora láser. Para el segmento en septiembre lanzarán una máquina que imprime 100 páginas por minuto, lo cual los mete de lleno al segmento

de servicios administrados de impresión.

“Estamos en la identificación y certificación de VARs (perfil que cuenta con pre y post venta), tenemos identificados a 40 que ya son parte de nuestro programa; pero el plan es tener 60 en los próximos meses”, explicó Arredondo.

En el negocio del “día a día”, siguen siendo las impresoras de cartucho las que aún se venden muy bien y se suman las de tanque de tinta, las cuales han sido muy exitosas para la firma, llegando a más de 1 millón de unidades vendidas en México.

Videoproyectores

Según Arredondo, la marca es número uno en el área, con 58% de participación de mercado en el último trimestre; sin embargo, reconoce que el segmento llamado tradicional ya no está creciendo, pero donde sí hay oportunidades es en el nicho de alta luminosidad, de 6,000 lúmenes para arriba, donde han lanzado una gama de productos y han identificado y capacitado a VARs especializados en el tema. Muchos de ellos conocen muy bien mercados como los grandes conciertos, eventos, teatros, equipos para renta, etcétera, y les hace sentido esta gama.

“En noviembre pasado lanzamos una nueva línea de videoproyectores que incluye tecnología láser y uno de ellos era de 25,000 lúmenes. Ha sido muy bien recibido y ahora ya lideramos este segmento. Lo que nos está dando el crecimiento en el área, compensando la lentitud del mercado tradicional”, ejemplificó el directivo.

Claves

La firma está siguiendo un plan llamado 2025, con metas hacia ese año en determinados millones de dólares con un crecimiento sostenido basado en 4 columnas:

- Innovación en Ink Jet
- Innovación visual
- Wearables (nueva área como monitoreo de salud, sensores, etcétera)
- Robótica (la cual se vende de manera directa en el país a ciertas industrias)

Asimismo, han reforzado el acercamiento y no sólo al canal, sino al mercado en general. Porque si bien es cierto que el distribuidor es medular en su modelo de negocio, el trato con el usuario final se vuelve



con Windows OEM



Aprovecha esta increíble oportunidad
por cada 2 Licencias de Windows Pro
llévate de regalo una Backpack TechZone

SKU	No. Parte	Productos participantes
E09000A	FQC-08941	WINDOWS OEM PRO 10 32-BITS ESPANOL DVD
E090002	FQC-08981	WINDOWS OEM PRO 10 64-BITS ESPANOL DVD
E09000I	FQC-08930	WINDOWS OEM PRO 10 64-BITS I INGLES DVD
E09000P	FQC-08970	WIN PRO 10 WIN32 ENGLISH 1PK DSP OEI DVD
E09000F	4YR-00229	KIT DE LEGALIZACION WINDOWS PRO 10 64-BITS ESPANOL DVD
E09000S	4YR-00270	WIN PRO GKG 10 WIN32 SPANISH LATAM 1PK DSP ORT OEI DVD

Para mayor información contacta a:

Jorge Martínez | Sales Specialist Microsoft OEM | Tel. (55) 5263-6403 | Cel (55) 3933-8164 | jorge.martinez@ingrammicro.com

Válido al 30 de junio de 2017 o hasta agotar existencias, únicamente para compras realizadas a través de nuestro sitio de comercio electrónico mx.ingrammicro.com. Los precios y disponibilidad pueden variar sin previo aviso. No participa esquema de Submayoreo. Pregunta por los descuentos especiales en volumen.

Promoción aplicable solo para Clientes Ingram Micro.

Estas promociones solo son aplicables a Distribuidores mayoristas de Ingram Micro México, S.A. de C.V. con domicilio en Joselillo # 3, Piso 5, Col. El Parque, Naucalpan de Juárez, Estado de México, C.P. 53398, México. 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.



relevante. Esa generación de demanda para traerle negocio al canal ha sido fundamental, adicional a que se incorporaron ejecutivos a la marca que entienden los segmentos de negocio y están cerca de los clientes, así ellos saben que siempre van a tener una respuesta por parte del fabricante. Estos se suman a los 63 centros de servicio a nivel nacional que ofrece la marca.

Atentos

Para soportar lo anterior, la marca ha propuesto iniciativas que incluyen charlas con los mayoristas y personal clave de cada uno de ellos, con quienes comparten información no sólo de negocio sino de tendencias, de comportamiento de mercado, de números, etcétera. El año pasado juntaron a los distribuidores más representativos y de la información que la marca recabó, llevaron propuestas y se realizó una especie de “consejo de canales” donde se abordan temas como el incremento en sus márgenes, lo que Epson cumplió, sin elevar los precios.

“Vamos a hacer una nueva edición, porque ya surgieron otros temas, como el reto del e-commerce en los canales, por ejemplo, donde hay oportunidades, pero muchos lo ven como una amenaza. A la par, ha sido un año dinámico porque más mayoristas hacen eventos y nos tenemos que partir para estar con todas sus iniciativas, porque valoramos el poder escucharlos, atenderlos, y en su caso, resolver cualquier complicación con ellos y con los asociados”, comentó el director comercial.

Comparsas

Murillo compartió que continúan con la dinámica de actividades, tales el caso del concurso del área de videoproyectores “Motorízate”, donde se rifaon autos y motocicletas. En otra actividad, fueron a la ciudad de Manchester, Inglaterra, porque

el corporativo organiza cada dos años la Epson Word Cup de fútbol, esta vez con la participación de 24 países; de México fueron 8 canales mediante el cumplimiento de ciertas cuotas. Los juegos se realizaron en dos días, en los campos de entrenamiento y en el estadio del Manchester United. “Por la diversidad del portafolio, debemos hacer estrategias más por segmento, por eso para cada vertical hay una planeación diferente, con cada mayorista nos acoplamos a su modelo, compartimos objetivos y no sólo por revenue, sino de distribuidores por plaza, reclutamiento, herramientas, actividades por zona, entre otras. A la par, en esta temporada de “Regreso a clases” vamos a comenzar con las activaciones con los canales mediante 24 controles remotos, lo que funciona muy bien en el interior, con la mecánica de entrevistar en la estación de radio más popular de la ciudad, a un distribuidor o algún ejecutivo de Epson, quienes realizan promociones específicas. A la par, seleccionamos productos de batalla para temporadas determinadas con la intención de tener suficiente almacén”, explicó Murillo.

También van a realizar el “Circuito digital”, con el que visitarán 16 localidades, con soluciones por verticales, explicando cada detalle de los productos, pero que los socios puedan experimentarlos y luego que lleven a sus clientes para que también lo vivan. Y para noviembre de este año, están planeando el viaje anual local, donde contemplan a mayoristas, submayoristas y partners, y no sólo los que pertenecen al programa Epson Star.

A propósito de la iniciativa, la empresa está planeando hacer algunas modificaciones, y entre ellas quieren llegar a los vendedores de los canales para extender los beneficios de la misma porque quieren cambiar el concepto de programa para volverse una comunidad de distribuidores especializados y de vendedores. ↴

Showroom renovado

Finalmente, la marca abrió un espacio en las oficinas de la Ciudad de México, donde cuenta con productos insignia que permiten a los socios conocer de primera mano las tecnologías y funcionalidades del portafolio y de cada área de negocio de Epson.



El CXE2000 está diseñado para un ambiente de oficina, soportando 200 usuarios y 85 llamadas simultáneas.

Incluye el nuevo CompletePBX5.



XORCOM CXE2000 IP-PBX

Soporta 200 usuarios y 85 llamadas simultáneas

Soporta SIP & IAX2, teléfonos y troncales

Interfaz web fácil de utilizar

De 8 a 32 líneas analógicas integradas



La marca llevó a cabo una edición más de su ciclo de eventos por América Latina, donde la seguridad de la información, los riesgos y la mitigación de los mismos, tienen prioridad en la agenda.

Eset Security Days 2017, un frente común al resguardo de la información

Victor Chávez

El programa estuvo conformado por una serie de conferencias durante una tarde, asistieron clientes y usuarios finales del desarrollador, quienes escucharon de primera mano los riesgos que corre la información debido a los cibercriminales y las propuestas no sólo tecnológicas de la marca, sino de las mejores prácticas que se deben hacer dentro de las organizaciones para evitar en la medida de lo posible los ataques.

Durante el encuentro se organizó una mesa de debate con la presencia de Héctor Gómez, administrador central de seguridad, monitoreo y control, responsable de la seguridad de la información en el SAT; Esteban Gómez, líder de proyectos de consultoría y auditorías para el cumplimiento de controles y requerimientos del estándar PCI-DSS (tarjetas de crédito/débito), y Roberto Sánchez, coordinador de seguridad de la información en la CSI UNAM CERT, quienes expusieron puntos de vista y experiencias sobre las medidas a implantar para evitar incidentes como la pérdida de la información.

Cabe señalar, que es una iniciativa que se realiza en todos los países de AL, con la idea de hablar sobre seguridad, de conocer las amenazas actuales y cómo funcionan, para generar conciencia al respecto, porque, según Camilo Gutiérrez, jefe del laboratorio de investigación Eset Latinoamérica, uno de los problemas es que las empresas no suelen reconocer este tipo de amenazas, porque piensan que no les va a pasar, que sólo les sucede a las más grandes o a las más reconocidas, y no suelen protegerse de la manera más adecuada.

“En la región falta mejorar el entendimiento en estos temas, hay muchos usuarios y empresas que si bien piensan en seguridad, no lo hacen con verdadera conciencia. En México, el 51% de las compañías tienen las 3 soluciones de seguridad básicas: backup,



firewall y antivirus, pero esas son las herramientas mínimas para garantizar la seguridad de la información, falta abordar políticas, gestión, cifrado, autenticación, etcétera. Ahí es donde está la debilidad de ellas, que creen que con sólo un antivirus están protegidas, cuando lo ideal es tener una propuesta por capas”, explicó Gutiérrez.

Al acecho

Una de las funciones del encuentro es que los usuarios sepan que los cibercriminales cuentan con una estructura bien pensada para comenzar sus ataques, entre ellas, realizan campañas vía mail donde el riesgo lo corre directamente el usuario al dar “clic” y ahí es donde caen las organizaciones, incluyendo a la PyME, la cual también compromete su información, tal y como pasa con los grandes corporativos. Sin embargo, algunas ven como un gasto el invertir no sólo en las soluciones, sino en capacitar a su personal para que sigan las mejores prácticas, pero no suelen dedicar tiempo y esfuerzo en ello.

“A raíz de lo que pasó con “WannaCry”, estamos impulsando soluciones como Flexera Software, para la visibilidad completa de los sistemas, corrección de vulnerabilidades y la aplicación de parches de seguridad en aplicaciones, bases de datos y sistemas operativos para

garantizar que la infraestructura esté segura. Además de DLP (prevención de fuga de datos), cifrado, y autenticación, que complementa la oferta, sin olvidar los servicios, donde podemos analizar la infraestructura y ayudarlos a encontrar las fallas y corregirlas a tiempo”, compartió el entrevistado.

Más preparación

Respecto a los canales, Gutiérrez les sugiere que se tomen el tiempo necesario para conocer a fondo las amenazas, cómo funcionan, qué hacen y por qué, porque es la llave de entrada cuando llegan frente a un cliente a vender una solución de seguridad, la mayoría de los usuarios finales desconocen de esto y necesitan orientación.

“Quedamos satisfechos del evento, nos acompañó mucha gente, pudimos escuchar sus inquietudes y mostrarles cómo ataca el cibercrimen, logramos que se fueran con el mensaje de prevención y de concientización”, concluyó el vocero de Eset. [🔗](#)



Victor Oliva

Canon impulsa el negocio de su canal

Álvaro Barriga

A TRAVÉS DE DIVERSOS APOYOS, DESCUENTOS, CAPACITACIÓN, ASÍ COMO UN PROGRAMA DE CANAL BIEN DEFINIDO, LA MARCA SE DICE A LA ORDEN PARA APOYAR EL CRECIMIENTO DEL CANAL.

Victor Oliva, gerente de ventas senior canal mayoreo, de la división Business Imaging Solutions Group (BISG) en Canon, explicó que llevan más de tres años desarrollando el canal de plotters y scanners dentro de sus mayoristas, tiempo en el que han ido trabajando con fuerza, dedicación y profesionalismo para obtener los resultados que hasta hoy tienen: “Parte de la estrategia es seguir desarrollando el número de resellers comprometidos con la marca, para seguir generando el run rate que deseamos”.

Explicó que a través de los mayoristas se están acercando a los gerentes de producto para detonar negocio dentro de cada uno de los mayoristas, sobre todo en proyectos especiales, gobierno y hacia el run rate, dando a conocer sus productos. Además están muy enfocados en el tema de capacitación hacia los gerentes de producto y las fuerzas de ventas, así como a sus resellers. En cámaras, Oliva explicó que es un mercado que su tendencia es a caer, pero con el paso del tiempo se han quedado como el único fabricante que comercializa sus equipos en el canal, “por ende a nosotros nos ha traído un crecimiento importante tanto en los equipos compactos como en los réflex, a buen ritmo, es un negocio con crecimiento sólido que tenemos que seguir desarrollando. No tenemos la intención de que se quite el negocio de cámaras en el canal de mayoreo”.

Añadió que en el negocio de cámaras profesionales y semi profesionales han trabajado en una estrategia que le denominan ‘clic and print’, cuyo objetivo es tener la solución de imagen al alcance de la mano. “Desde que tomas una foto a través de alguna de nuestras cámaras, hasta que tienes la impresión en nuestros plotters profesionales o de artes gráficas, la intención es ligar a hacia la gente especializada de estos canales que les interesa este tipo de productos el que sepan que tienen cómo capturar la imagen y cómo darle la salida a esa imagen con la misma nitidez y calidad con la que fue tomada desde la cámara”.

Mayoristas Canon BISG

CTInternacional, CVA, Daisytek, DC Mayorista, Exel del Norte e Ingram Micro. En ITCG que es consumo, son los mismos, solamente se agrega a Tonivisa.

Consumo

En cuanto a consumo, de acuerdo con el entrevistado, le ha ido bien a la marca, sobre todo en el tema de tinta continua, “Ha sido un año importante en el canal para nuestros cuatro modelos de equipos, con precios bajos y apoyos, el objetivo es seguirlo desarrollando. Parte de la estrategia de crecimiento es enfocarnos en tener más participación de mercado en estos productos”.

Apoyos al canal

“Hacia la parte del run rate general, cada dos meses lanzamos una estrategia que le llamamos ‘semana impresionante’, en ella, de nuestros modelos top, ponemos un descuento especial para varios de ellos que van desde un 5% hasta 20% de descuento que se obtiene a través de los mayoristas. Por otra parte, el programa de resellers nos ha ayudado mucho a consolidar nuestras divisiones tanto en consumo como en BISG. Damos una serie de soportes por alcance de cuotas los cuales son muy atractivos para los clientes y les interesa formar parte de este tipo de programas porque les ayuda a seguir desarrollando negocio”. Además, en las dos áreas ofrecen mucha capacitación.

Cabe resaltar que el fabricante participa en los diversos foros de sus mayoristas. ↩

“COMO MARCA ESTAMOS SIEMPRE PENDIENTES DE LAS NECESIDADES DEL CANAL, ESTAMOS PREOCUPADOS POR DARLES UN BENEFICIO Y SOPORTE IMPORTANTE PARA SEGUIR GENERANDO NEGOCIO”: VÍCTOR OLIVA



Periféricos Punto de Venta para cualquier tipo de negocio

Lleva el control de todo tu inventario

Crea tu propia base de datos para tu negocio, con nuestros Lectores de código de barras de manera sencilla y rápida. Los códigos de barras están presentes en nuestra vida cotidiana, ya sea en productos de consumo, boletos, paquetería y hasta en ciertos documentos. En EC Line puedes encontrar distintos tipos de Lectores de códigos de barras, ya sea Bluetooth, a través de conexión USB, y muchos más.

EC-LS-9620

- Escáner láser con base y escaneo automático
- Distancia de lectura: 2.5 - 600mm
- Velocidad de lectura: 100/s
- Ancho de escaneo: 130mm
- Interfaz: USB/PS2



www.eclinepos.com

Poniente 134 #680-A Col. Industrial Vallejo C.P. 02300 CDMX.

@ECLINEpos



(662) 109-0000



(33) 3812-1413



(55) 5387-0100



Comercializadora
de Valor Agregado

(55) 5278-9901



(55) 5263-6500



(55) 5524-3914

TVC BRINDA DIVERSOS APOYOS PARA DESARROLLAR A SU CANAL

Álvaro Barriga

- COBERTURA NACIONAL
- ESPECIALISTAS EN CCTV
- GARANTÍAS Y CAPACITACIÓN

A través de 16 sucursales que van desde Cancún hasta Tijuana, el mayorista ofrece cobertura nacional, además brinda soporte técnico, garantías y diversos apoyos, así lo dio a conocer Carlos Pino, director de ventas y servicio en TVC.

Las sucursales de la compañía se ubican en Cancún, Mérida, Torreón, Guadalajara, Guanajuato, Puebla, Querétaro, Hermosillo, Morelia, CDMX (2) Tijuana, Monterrey (2) y San Luis Potosí. Además se están expandiendo en Monterrey, “ya nos quedó corta la sucursal para atender a nuestros clientes y vamos a abrir muy pronto una sucursal de 5600 metros para mayor comodidad de nuestros distribuidores, donde vamos a tener espacio para show room y que lleven a sus clientes para que vean la tecnología montada y trabajando”.

Comentó que tienen en mente abrir un centro de capacitación en las oficinas que ocupan actualmente, “las vamos a utilizar



Carlos Pino

para formar talentos en electrónica enfocadas en el segmento de seguridad”.

En total, son 25 mil metros cuadrados de almacén, 360 empleados, muchos de ellos ingenieros enfocados en el área de soporte, “seguridad electrónica es un área de ventas, más consultiva que de mover cajas, por ello tenemos el soporte para acompañar al distribuidor para que haga sus negocios, se preocupe por vender y nosotros por resolverle sus problemas”, afirmó.

Divisiones de negocio

CCTV análogo/IP/híbrido. Es la más importante de la compañía, ahí distribuyen soluciones análogas y digitales, “el primero ha tenido bastante crecimiento puesto que han evolucionado y ahora son de alta definición, entonces aprovechando la infraestructura de las compañías que tienen cámaras analógicas tu puedes con la misma infraestructura instalar equipos de HDCVI de alta definición, donde se puede usar la misma infraestructura,

sin embargo, las bondades de esta tecnología hacen que la calidad de imagen sea similar a IP". Comentó que comercializan DVR que son penta híbridos que pueden aceptar cámaras IP, HDCVI y análogas, entonces el producto es compatible con todo. "Es muy fácil migrar de una tecnología vieja a una actual, porque sin perder toda tu inversión tienes compatibilidad".

Control de acceso: Vehicular/peatonal a través de huella digital, reconocimiento facial, tarjetas HID, barreras para estacionamiento y cajeros de cobro.

IoT. Automatización de casas y negocios totalmente plug and play, que permite accionar las luces desde el celular, control del gas, etcétera.

Conectividad y redes. Antenas de largo alcance para segmento bajo, medio y alto, marcas enfocadas al desarrollo IP.

Accesorios transeptores, cables de diferentes calidades y para varios usos.

Almacenamiento, para seguridad con QNAP.

Telefonía. Centrales telefónicas y VoIP.

Soporte

Además de contar con certificaciones de las marcas que comercializa, ofrecen soporte en sitio, "cuando un distribuidor tiene un proyecto donde él no es el experto, nosotros tenemos 65 ingenieros que pueden ir a sitio y ayudarlos a hacer un levantamiento y decirle qué realmente necesita. Les brindan capacitación, o TVC los asiste en la instalación del proyecto, un slogan que tenemos es: 'distribuidor dedícate a vender que yo te resuelvo tus problemas'. La intención es que vayan seguros a ofrecer las soluciones y sientan el respaldo de TVC que los puede ayudar en configuración, instalación, asesoría, levantamiento, etcétera, esos son los principales apoyos" afirmó el directivo.

Garantías

En lo que respecta al área de garantías, Pino dijo que cuentan con un proceso muy ágil, "nosotros te recibimos el producto y si no se puede reparar en un determinado periodo de tiempo se reemplaza por uno nuevo".

Aseguró que si el producto tiene un problema de fabricación se reemplaza sin problemas, si tiene menos de 30 días de adquirido se cambia por uno nuevo.

TVC ofrece cursos desde lo más básico de CCTV hasta lo más avanzado, "podemos diseñar planes a la medida de las necesidades del distribuidor, acérquense a nosotros que los podemos llevar de la mano en este negocio si son distribuidores de cómputo, que no tienen conocimiento del mercado de CCTV que tienen unas fortalezas que se pueden complementar, además es un negocio incremental y los márgenes son diferentes ya que se venden soluciones, las cuales generan más utilidad".

Otra ventaja de la compañía, que resaltó el directivo, es su facilidad de compra: "nuestra página es muy amigable y el distribuidor puede hacer todas sus transacciones sin necesidad de tener una interacción directa con el vendedor, además de obtener beneficios. Puede ver sus pedidos, su estado de cuenta, los inventarios, los productos que tenemos de remate".

Invitó al canal a darse de alta en la página tvcmx, subir los documentos y después los revisan y reciben una visita, ya que cuidan al canal y se cercioran que son distribuidores. "Además por volumen, antigüedad les otorgamos diferentes beneficios", concluyó. 



RutaCT 2017 estación Ciudad de México

Redacción eSemanal

EN UN FORMATO TIPO ROAD SHOW Y CON LA CON LA PRESENCIA DE MÁS DE 480 DISTRIBUIDORES Y 54 REPRESENTANTES DE LAS MARCAS DE TECNOLOGÍA, EL MAYORISTA CELEBRÓ LA RUTA CT 2017 EN LA CIUDAD DE MÉXICO.



El evento ofreció sesiones de capacitación, certificación, exposiciones, talleres, así como encuentros de negocios para fortalecer la relación entre fabricantes, mayorista y distribuidores, todo enfocado a la especialización de los socios en sus nichos de mercado. Saúl Rojo, director general de CT, reiteró que el compromiso de la empresa no se limita a ofrecer productos y servicios de calidad, pues el pacto incluye capacitación a sus socios de negocio con diferentes plataformas como webinars, cursos presenciales y los entrenamientos de la Ruta CT. “Estamos en una industria competitiva que requiere de capacitación y actualización permanente. Eso es lo que ofrece la Ruta CT, que nuestros socios de negocio tengan acceso a nuevas tecnologías y la capacitación para que dominen cómo implementarlas y ofrecerlas a sus clientes, y en consecuencia tengan un impulso en sus negocios”, expresó Rojo.

En cuanto a las sesiones de entrenamiento, el mayorista mencionó que fueron ofrecidas por especialistas y representantes de marca de Acer, APC by Schneider Electric, Aspel, BenQ, Brother, Canon, Cisco, Citizen, CyberPower, Dell, Epson, Forza, Honeywell, HP, Intellinet, Kaspersky Lab, Kingston Technology, Koblenz, Kyocera, Lenovo, LG, Linksys, Logitech, Microsoft, Provision ISR, Samsung, Star Micronics, Startech y TP-Link.

En otras actividades del evento se informó sobre algunos planes a corto, mediano y largo plazo del mayorista, como la próxima apertura de sucursales en Tapachula, Chetumal y Celaya, así como la inauguración de un centro tecnológico en Hermosillo, Sonora, lugar en donde se encuentra la matriz de la compañía.

Estrategia CT

Armando de la Vega, director de Nuevos Negocios, habló de la estrategia de la empresa, enfocándola en tres vertientes:

--**Transaccional**, basada en la transformación digital de CT, comercio electrónico y segmentos de gaming y alto rendimiento

--**Soluciones**, incluye oferta de infraestructura, redes, telefonía, seguridad, entre otras.

--**Crecimiento de CT**, nuevos negocios, que comprende soluciones de software, Internet de las Cosas (IOT), servicios en la nube con CT Cloud, servicios administrados de impresión y licenciamiento electrónico.

Convención CT 2017 en Las Bahamas

Durante el mensaje a los socios, Shayla Ortiz, gerente de Mercadotecnia, dio a conocer los detalles de la dinámica

para asistir a la Convención CT 2017 que se realizará del 20 al 23 de octubre en el Resort Atlantis Paradise Island en Las Bahamas:

--Registro en <https://ctonline.mx/convencion2017> y dar de alta las facturas de compras con marcas patrocinadoras para generar kilómetros dependiendo del patrocinio.

--Por cada 10,000 pesos de compra, se generan 60 kilómetros con el patrocinio AA (HP, Samsung, TP-Link); 50 kilómetros con el patrocinio A (Acer, Dell, Lenovo, Microsoft); 40 kilómetros con el patrocinio B (Acteck, Canon, Intellinet, LG, Manhattan); 30 kilómetros con el patrocinio C (Brother, Epson, Intel, y Kingston Technology) y 20 kilómetros con el patrocinio D (AOC, APC by Schneider Electric, BenQ, CyberPower, Honeywell, Logitech, Provision ISR, Silimex, Tripp-Lite, y Xerox).

--La fecha límite para registrar las facturas de compra es el día 29 de septiembre y los tres socios de cada sucursal que acumulen la mayor cantidad de kilómetros ganarán su viaje todo pagado a la convención CT 2017, además, quienes no resulten ganadores tendrán la posibilidad de canjear sus kilómetros por diversos premios. ↴

contactame@esemanal.mx



Productos

No break 100019 Koblenz

UPS On Line de doble conversión para el respaldo de aplicaciones críticas de voz, datos, redes, servidores, sistemas de seguridad y de fabricación.

Descripción

Su tiempo de transferencia cero garantiza el funcionamiento continuo durante cortes de corriente, fluctuaciones de voltaje y sobretensiones. Diseño rack/torre. Salida de onda senoidal pura que garantiza la compatibilidad con cualquier equipo. Función ECO para ahorro energético.

Características

- 10 000 VA / 10 000 W
- 50Hz/60Hz modo convertidor de frecuencia
- Comunicaciones SNMP/USB/RS-23
- Hardwire
- Seis baterías 12V 9Ah
- Tres años de garantía y dos en batería

Disponibilidad

Computadoras y Tecnología, CVA, Daisytek, DYM, Grupo Loma, Ingram, PCH, Sistemas aplicados y Unicom.

moralesh@koblenz-electric.com



G433 de Logitech

Audífonos de gaming, ofrecen calidad de sonido por reproducción analógica y salida de USB digital, para que el perfil de audio sea preciso en cualquier fuente, ya sea un equipo de PC, consola o smartphone.

Descripción

Ligeros, acabado en tela hidrofóbica y resistente a manchas. Disponibles en color azul, rojo y negro. Incorpora DTS Headphone:X 7.1 para entregar lo último fidelidad de audio envolvente. Replica la ubicación y posicionamiento de audio de bocinas 7.1, permite escuchar el ambiente de juego.

Características

- Micrófono removible con un microfiltro
- Compatibles con PC, Xbox One, PlayStation 4, Nintendo Switch y dispositivos móviles
- Certificados para usar Discord
- Incluyen controladores Pro-G para un sonido de calidad

contactame@esemanal.mx

M4 Attitude

Smartphone con procesador Qualcomm Snapdragon 212 Quad Core, integra un sistema de seguridad fingerprint (huella digital).

Descripción

Diseño elegante plasmado en una cubierta de aluminio, 16 GB de almacenamiento, puede expandirse hasta 128 GB, a través del uso de tarjetas MicroSD. Versión 6.0.1 de Android Marshmallow. Batería de 3,000 mAh.

Características

- Cámara principal de 13 MP, con un Flash LED para iluminar en espacios con poca luminosidad
- Selfie Cam de 8 MP con un Flash LED
- Pantalla de 5.5 pulgadas con una resolución de 1080 por 720 pixeles

contactame@esemanal.mx



Barracuda SR 750
UPS no break de 750VA, protección de línea contra ruidos y pico, dos contactos para línea telefónica protegidos, y seis contactos con protección.

Características

- Función Green Power para ahorro de energía
- DC función de arranque
- Voltaje 120 VAC
- Frecuencia 50Hz o 60 Hz
- Tiempo de batería 12V/7AH
- Tiempo de recarga 6 hrs.
- Tiempo de respaldo 22 minutos
- Alarma audible

-Dimensiones 279mm x 100mm x 143mm

contactame@esemanal.mx





Betzabeth Romero

Jabra entra de lleno al negocio de altavoces

Victor Chávez

LA FIRMA LANZÓ DOS NUEVOS DISPOSITIVOS QUE FORTALECEN SU PORTAFOLIO, SOBRE TODO EL DIRIGIDO A COLABORACIÓN Y AUDIO CONFERENCIAS, DONDE NO PISABA FUERTE.

Por primera vez, la marca de origen francés realizó una dinámica de lanzamiento de producto con clientes finales, presentó ambas propuestas, importantes para Jabra porque refuerzan dos familias que responden a las tendencias de las formas de trabajo en comunicaciones unificadas y colaboración.

A decir de Betzabeth Romero, directora general de Jabra México, si bien ya contaban con una gama de altavoces, el Jabra Speak 710 es un dispositivo que evoluciona el segmento de movilidad, dando flexibilidad dentro de los entornos de oficina. “Éste nos permite ligar a otro producto del mismo modelo para convertir una conversación en una experiencia estéreo o con mayor capacidad en una sala de juntas”, explicó.

El otro equipo pertenece a la familia Evolve, es el modelo 75 que se caracteriza por permitir flexibilidad al usuario, ser más colaborativo y más móvil dentro del entorno del trabajo. Además de ofrecer cancelación de ruido y una experiencia superior de sonido.

“Todo el canal interesado puede distribuir nuestras soluciones. En el primer caso, podemos acceder a socios que no tocábamos, o que se acerquen asociados interesados en

soluciones de videoconferencia, de entornos de colaboración, de instalación de diferentes equipos de cómputo, es decir, cualquier canal que ofrezca diversos dispositivos y accesorios que permitan colaboración y comunicación pueden fortalecerse con el Speak 710. En el caso de Evolve 75, se dirige a partners que están ofreciendo soluciones de CU y colaboración”, mencionó la entrevistada.

Según Romero ya iniciaron con capacitaciones con sus aliados mayoristas: Intcomex, Insten, Neocenter y Nexsys, y adicional, ofrecen herramientas de mercadotecnia, además de campañas con esos distribuidores para que repliquen la comunicación sobre las características de los lanzamientos. ↴



www.esemanal.mx

ESTÉS DONDE ESTÉS

ACTUALÍZATE CON EL
Newsletter

NOTICIAS DEL CANAL

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL



La mejor red de la industria TIC



Síguenos con un



Me gusta

Para mantenerte informado búscanos como Revista eSemanal

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL