

24 de septiembre de 2018 · Año 27 || No. 1298

# eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL



# Logitech

estrategia para crecer con el canal

**Panasonic**  
un siglo de  
innovación

**Intcomex**  
alista  
Intcomexpo 2018

**Cyberpower**  
demasiada calidad

# SAMSUNG

# SamsungXpress

## Impresora accesible, gran desempeño.



SL-2875fw



SL-M2020



SL-M2070



Impresión sin complicaciones con la tecnología NFC<sup>1</sup>



Fácil instalación con un solo toque<sup>2</sup>



Imágenes nítidas y detalladas, y textos a gran velocidad

# APUESTA POR EL CRECIMIENTO EN MÉXICO



**D**estacando la innovación de sus productos y la inversión en el desarrollo de su canal, Desireé Ortiz, directora en México de Logitech, explicó que desean seguir liderando el mercado nacional, siendo videocolaboración el segmento prioritario para la marca en este año, seguido de gaming, música, así como creatividad y productividad; las cuatro áreas con crecimientos de doble dígito para la marca.

Por su parte, Blanca Ortiz, gerente de canal, comentó que parte del éxito del fabricante consiste en fortalecer a sus partners, respetar sus negocios y trabajar de cerca con ellos. Mencionó que para el área de videocolaboración disponen de un programa de canales con el que les ayudan a identificar oportunidades y a desarrollar negocio. Además habló del relanzamiento del programa de lealtad Logitech Partner Club, con el que pueden acceder a promociones y acumular puntos. Los mayoristas de la marca son: CT, DC Mayorista, Exel del Norte, Grupo Loma, PCH, y el portafolio de videocolaboración está disponible con: Ingram Micro, CVA e Intcomex, así como Neocenter.

Panasonic celebró su primer centenario de existencia y 40 años de operaciones en México. En un evento encabezado por Shigeo Suzuki, presidente de la marca en Latinoamérica, Yoshihiro Kanamaru, presidente de Panasonic México y Ken Tsutsumi, director de la División de Soluciones B2B local, entre otros directivos, quienes agradecieron la confianza en la tecnología de la marca y reiteraron que a futuro continuarán innovando con una visión clara para posicionarse durante los siguientes 100 años en el mercado.

Uno de los mensajes principales fue que las áreas en las que dirigirán sus esfuerzos de innovación son: soluciones para automóviles, soluciones conectadas, soluciones ecológicas y dispositivos para hogar. Tsutsumi explicó que en su oferta B2B, impulsarán soluciones en manufactura para ingeniería eléctrica, equipos de soldadura, marcadores láser y componentes electrónicos. ¡Felicidades a la familia Panasonic!

En otros temas de esta edición, Intcomex alista su tradicional Intcomexpo 2018, que se llevará a cabo el 11 y 12 de octubre, al respecto, Sandra Mendoza, gerente de mercadotecnia en el mayorista, explicó que expondrán múltiples oportunidades de negocio al canal, para ello contarán con el respaldo de las marcas: Aspel, Bit Defender, Blue Code, Dell-EMC, EC Line, Forza, Gigabyte, Hikvision, HP y HPE; Intel, Jabra, Kaspersky, Kingston, Klip, Microsoft, MyBusiness POS, Nexxt, Norton, Wacom, Xtech, entre otras. Edgar Vargas, director de PCH, encabezó los trabajos de su convención 2018, donde dejó en claro la fortaleza del mayorista en el país en la venta de volumen y explicó las acciones que se están llevando para incursionar de manera efectiva en el modelo de valor.

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: 16101 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.



<< 16

PORTADA

LOGITECH, UNA EMPRESA CON SENTIDO DE INNOVACIÓN

MAYORISTAS

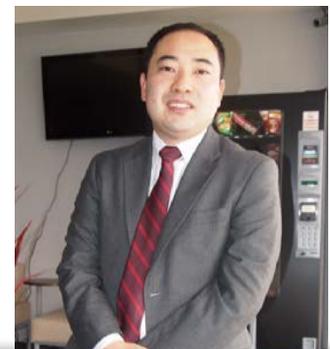
28 >>

PRODUCTOS



FURUKAWA, REALIDAD EN EL PANORAMA DE CABLEADO EN MÉXICO

06



CYBERPOWER, POCO RUIDO Y MUCHAS NUECES EN ENERGÍA

10





PANASONIC  
100 AÑOS DE  
EXISTENCIA Y 40  
DE PRESENCIA EN  
MÉXICO

30



## MAYORISTAS

SE ACERCA  
INTCOMEXPO 2018  
CON NOVEDADES Y  
MÁS NEGOCIOS

08



22



PCH CON UN  
PROYECTO PARA  
CONVERTIRSE EN  
MAYORISTA DE  
VALOR

## DESARROLLADORES

14 ESPECIALIZACIÓN  
CONSTANTE ES EL  
DIFERENCIADOR  
DE SICAR



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

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

### ADMINISTRACIÓN

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

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

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

### COMERCIALIZACIÓN

Ventas de Publicidad Jennifer Flores  
(55) 5090-2054  
jennifer.flores@khe.mx

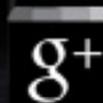
Diego Rojas  
(55) 5090-2053  
diego.rojas@khe.mx

Gilberto Espino  
(55) 5090-2055  
gilberto.espino@khe.mx

Suscripciones Daniela Herrera  
(55) 5090-2049  
suscripciones@khe.mx

Distribución Marcelino Santillán

Búscanos en:



eSemanal  
Periodismo  
del canal Tic



/noticiadelcanal



/noticiadelcanal



/esemanal



@esemanal

www.esemanal.mx



Renato Ohno

## Furukawa, realidad en el panorama de cableado en México

Victor Chávez

A PESAR DE TENER RELATIVAMENTE POCOS AÑOS EN EL PAÍS, LA MARCA JAPONESA ESTÁ CONSOLIDANDO SU PRESENCIA TANTO EN CORPORATIVO Y GOBIERNO COMO CON LOS PROVEEDORES DE TELECOMUNICACIONES.

Renato Ohno, gerente general de Furukawa en México y Centroamérica, aceptó que al inicio de este año había un poco de incertidumbre en el mercado por las cuestiones políticas y económicas, sin embargo, trabajando fuerte lograron crecimiento.

“El año pasado se inauguró la planta de fibra óptica en Mexicali, y eso nos posicionó en el territorio. Ha ido muy bien, tan es así, que hay planes de expandir las operaciones de dicha fábrica en los próximos dos años. Queremos ampliar la manufactura hacia otros productos, y así aumentar la posibilidad de más proyectos. Entre 100 y 150 personas laboran en la planta, en soluciones de Fibra hacia la casa (FTTH y FTTA)”, comentó el entrevistado.

La idea de la firma es contar con mayor presencia local para cubrir las demandas en cada país: ‘pensar globalmente, pero actuar localmente’. Entendiendo las particularidades de cada zona geográfica, replicando el liderazgo que tienen en Brasil.

“Tenemos otra planta en Argentina; para el mercado Andino, lo cubrimos con una fábrica en Colombia. De ahí la necesidad de tener una en México, y cubrir zonas alejadas como Centroamérica”, dijo Ohno.

La finalidad es producir soluciones en fibra óptica, porque Furukawa observa que esta solución se reconoce como el

‘top’ en redes, asociada a calidad de servicio, velocidad, ancho de banda, etcétera. Pero debe estar lista para durar más de 15 años de vida de producto, lo que ofrecen como filosofía de marca.

### Portafolio

“Traemos soluciones preconectorizadas EZ!Lux (redes pasivas PON), la fibra desde la ‘calle’ hacia la casa o apartamento (FTTH y FTTA), donde el instalador sólo enchufa y conecta, a diferencia de las soluciones tradicionales, que se tardan en activar un cliente en más de medio día, con nuestra propuesta, se hace en minutos. Lo que puede hacer la diferencia entre soluciones de varias marcas y ganar proyectos”, explicó el directivo.

Cabe señalar, que la marca cuenta con producto de este tipo ya instalado en México, y la línea está homologada con los principales proveedores de Internet en el país.

Por otro lado, ofertan Laserway, propuesta de óptica pasiva para redes LAN, basada en la tecnología GPON, para aplicar en varios ambientes. Viene de la misma base de la solución de fibra FTTH, fácil de instalar y modular. Con la ventaja que en lu-

gar de una red 'switchable' estándar, con switches en cada piso, lleva splitters ópticos. Desde el MDF (central) hasta el usuario, se podría colocar una 'tirada' única sin equipo activo de hasta 20 kilómetros, minimizando infraestructura en bandejas, espacio, aire acondicionado, UPS, entre otros. "Con fibra óptica monomodo (GPON) Laserway, nos estamos enfocando en una vertical importante como hotelería, porque los huéspedes pueden ser muy demandantes en la calidad de la conexión a Internet y a servicios triple play, y muchos recintos están invirtiendo en ello. En México tenemos 9 hoteles de diferentes tamaños y en diversas latitudes como Polanco, Baja California, Cancún, entre otros; con soluciones en fibra óptica con mejor disponibilidad de servicio, ancho de banda, etcétera", compartió Ohno.

Por otro lado, cuentan con GigaLan Max Green (Cat. 6), porque además de la soluciones totalmente fibra, los clientes necesitan cableado en cobre, en zonas específicas. La solución está compuesta por cables con cubierta de polietileno verde, plástico producido a partir de etanol, derivado de la caña de azúcar y totalmente reciclable. Además, su chaqueta es del tipo LSZH (Low Smoke Zero Halogen), lo que garantiza baja emisión de humos y cero emisión de halógenos bajo un incendio.

"Como marca, apoyamos tanto al canal como al usuario final con un estudio de pre-proyecto, siempre y cuando se nos faciliten los planos del mismo, Así lo analizamos y definimos la mejor solución. Tenemos muchas alternativas en el portafolio, pero lo ideal es instalar lo mejor para el tipo de infraestructura del negocio, tanto en fibra como en cobre", mencionó el entrevistado.

Para Ohno, el cobre va a seguir porque determinados clientes así lo requieren, gracias a ciertas aplicaciones, por lo que la tendencia va hacia instalaciones híbridas. Eso lo ven como una ventaja: ofrecer una solución completa en términos de transmisión, a diferencia de muchas marcas de la competencia.

### **Estar cerca**

"No queremos muchos canales, deseamos buenos socios, que tengan la mentalidad de ofrecer un valor agregado, algo que los puede diferenciar. Que no solo lleguen, instalen un producto y se desaparezcan; que lo dejen funcionando y

le den seguimiento para futuras actualizaciones o colocación de más productos. Que sepan cómo dar la atención en la parte de equipo activo para comunicarse muy bien con el pasivo", enfatizó el directivo.

La firma se ayuda de un programa de socios para canalizarlos, donde los colocan por niveles: Premium, Gold y Platinum, relacionados con el número de proyectos, órdenes de compra, etcétera. Con beneficios como eventos con un set de usuarios para fomentar el trabajo mutuo y generar más publicidad e interés.

Además de hacer planes de negocio particulares, para entender las capacidades, demandas y ofrecer mejores negocios. A la par, dan capacitaciones en el conocimiento en general del ámbito del cableado, y hay certificaciones que les otorgan un conocimiento específico del fabricante, donde entra el plan de trabajo particular para determinar las capacidades, herramientas y los equipos correctos que debe tener el integrador para configurar e instalar tanto fibra como cobre.

En la actualidad, Furukawa cuenta entre 25 y 30 canales certificados, algunos en fibra y otros en cobre, y dependiendo de su nivel, acceden a boletos para el Summit de la marca.

### **Congregación**

A finales de septiembre, la marca reúne a más de 400 personas de todos los países, con la intención de intercambiar experiencias y presentar nuevas tecnologías, casos de éxito, convivencia entre los integradores y socios con el usuario final, los cuales comparten sus experiencias y el integrador escucha lo que necesita no sólo en el producto sino en servicio. ↩



Sandra Mendoza

## Se acerca **Intcomexpo 2018** con novedades y más negocios Victor Chávez

EL EVENTO MÁS IMPORTANTE DE INTCOMEX SE REALIZARÁ EL 10 Y 11 DE OCTUBRE EN LA YA CONOCIDA “CASA DE INTCOMEXPO”, POR LOS RUMBOS DE LA ALAMEDA DE LA CIUDAD DE MÉXICO, SEDE DÓNDE SE HA LLEVADO A CABO DESDE SUS INICIOS.

**P**ara este año, el mayorista espera la asistencia de más de 2 mil asociados, los cuales vienen de Puebla y Querétaro, además de los de la capital del país, obviamente. Estos clientes podrán atestiguar la evolución que el encuentro ha experimentado en las últimas ediciones, en las que se le ha dado mayor peso a mostrar ecosistemas de soluciones, más allá de productos independientes. Esto ha despejado panoramas de negocios que los socios quizás no habían contemplado o no entendían cómo integrar para hacer las llamadas ‘ventas cruzadas’.

“La diferencia de este año con los anteriores es que habrá verticales diferentes. Por ejemplo, pondremos más foco en el segmento Gaming, pero dándole un giro en la manera que los presentamos y en la forma que les decimos a los socios cómo abordarlo”, mencionó Sandra Mendoza, gerente de Mercado-tecnología en Intcomex.

### Nuevos panoramas

La vocera se refirió a que habrá más interacción entre mercados ya conocidos y los nuevos: además del ‘retail tradicional’, se dirigirán hacia los usuarios finales infantiles; laboratorios industriales con diferentes propuestas administrativas, seguridad y cómputo. En gaming, se integrarán soluciones para punto de venta (POS) en ‘fast food’. En esta ocasión se incluirá al casino como vertical, con múltiples tecnologías.

También habrá un piso financiero, por la información que se genera en cualquier parte del mundo, y es manejada en las instituciones del sector.

Gracias a esta dinámica del evento, la marca ha formado bundles con diversas soluciones complementándose entre ellas: POS y seguridad o control de accesos y centro de datos, por ejemplo.

### Fortalecimiento

La ejecutiva resaltó que durante Intcomexpo van a trabajar para darles más herramientas a los canales de pulverizado, con charlas de distinta índole, como la que ofrecerá un vocero de Google, a manera de experiencia. Además de diversos entrenamientos y capacitaciones.

Sin embargo, el evento será igualmente atractivo para los partners Top del mayorista, a quienes también se les ha abierto un panorama de negocio con el formato que ahora manejan.

Aunado a ello, harán rifas donde los socios podrán ganarse un auto, un viaje a la playa, entre otras sorpresas, como motivación adicional por su asistencia al encuentro.

### Escuderos

Más de 40 fabricantes asistirán a la iniciativa, lo que significa un aumento de presencia de aliados comerciales quienes ofrecerán pláticas y entrenamientos durante los dos días que dura el evento. Resalta el foco que pondrán a la plataforma ESD, la propuesta de Intcomex de descarga digital que incluye Xbox y Office, y firmas recién sumadas como Kaspersky y Norton.

Dentro de las marcas participantes están Aspel, Bit Defender, BlueCode, Dell-EMC, EC Line, Forza, Gigabyte, Hikvision, HP y HPE; Intel, Jabra, Kaspersky, Kingston, Klip, Microsoft, MyBusiness POS, Nexxt, Norton, Wacom, Xtech, entre otras. 

# SAMSUNG

# multiXpress

La calidad accesible  
que tus clientes necesitan.



Fácil impresión  
móvil



Imágenes y  
textos nítidos



Flujo de trabajo  
optimizado

## CyberPower, poco ruido y muchas nueces en energía

Victor Chávez

HA SIDO EL MEJOR INICIO (PRIMER SEMESTRE 2018) EN LA HISTORIA DEL FABRICANTE EN MÉXICO RESPECTO AL PRONÓSTICO DE INICIOS DE AÑO. HASTA JUNIO DE ESTE PERIODO, LA FIRMA SUPERABA EL FORECAST, SIENDO ESE MES RECORD HISTÓRICO.



Ricardo Mones

**H**a habido proyectos de años atrás, y que ahora ya están comprando. Sin embargo, Ricardo Mones, director general del fabricante en México, no se engaña, sabe que hay mucho trabajo por delante porque aún no se considera entre los grandes proveedores de productos de energía en el país.

“Incluso, un distribuidor que no nos comercializaba, por fin se animó y el proyecto más grande de lo que va del año es con él. Otro ejemplo fue con un asociado, quien había tenido una mala experiencia con nosotros, pero no había tenido atención personalizada, y una vez que nos entrevistamos, volvió a creer en la marca, sus beneficios y características”, señaló el entrevistado.

Las cuentas del directivo hacen sentido, pues los números arrojan buen comportamiento en retail, en mayoreo y licitaciones. De la mano del incremento en sus inventarios, manteniendo los precios, a pesar de las variaciones del dólar, incluso con disminución de ellos en algunos equipos, y aun así, siguen siendo competitivos.

### Novedades

La marca está por abrir oficialmente un nuevo mayorista en la figura de Ecomsa. Movimiento a resaltar porque CyberPower no había tenido un aliado con ese perfil: enfocado a soluciones, por lo que toca un nivel más alto de clientes, dirigido a socios VAR. Aunado a ello, todos los equipos medianos y grandes (rack de 1, 1.5, 2, 3, 5 y 6 kVA) los está actualizando a nuevas versiones con factor de potencia 1. Lo que significa que el usuario recibirá en kilowatts lo mismo que se menciona en kVAs. Algo que los expertos valoran porque la marca ofrece realmente lo que el cliente está comprando, a diferencia de la competencia.

En cuanto a la línea básica, también la están modernizando para inicios de 2019; con mejores diseños, tiempo de respaldo mayor y capacidades aumentadas, por ejemplo, el de 500 VAs, se va a 550, y el de 900 va a 1 kVA, sin aumentar sus precios. Ahora traen Green Power, para ahorro de energía, y dos años de garantía en la batería.

“Ya traemos la línea de tres fases hasta 200 kVAs. Lo que le va a dar oportunidad de competir en mercados mayores, y dar más herramientas a los asociados que cubren esos nichos y tenían que vender otras marcas. Los partners de Ecomsa serán beneficiados con ello”, mencionó el director de CyberPower.

A la par, el fabricante está trayendo más equipo PDU, y aunque son 12 modelos los que integran el portafolio, dos mayoristas lo están demandando y se puede volver un buen nicho de oportunidad. Por otro lado, la línea de accesorios del fabricante (supresores, cargadores USB, e inversores), se ha movido de manera lenta, en gran medida porque los mayoristas no lo promueven como deberían, según Mones.

“Por eso, todos los accesorios ofrecen un “instant rebate” de 35% debajo de su precio para distribuidor, incluso casi a costo de fabricante, porque nos interesa que los conozcan, vean sus características y los prueben”, mencionó.

### Posiciones clave

Además del empuje que han dado los nuevos productos, porque durante todo el año han traído y van a seguir trayendo equipos. La gente regional (ejecutivos residiendo en Guadalajara, Monterrey y Mérida), ha dado resultados relevantes. El director de la firma reconoció lo importante que fue poner a alguien a atender las localidades. Y gracias a esos resultados están por colocar a otro en la ciudad de Querétaro, para la atención a la zona del Bajío, y a finales de año posiblemente Hermosillo.

“Su trabajo radica en atender a los mayoristas de su región, pues casi todos tienen sucursales en esos puntos, y los vendedores estaban lejos de nuestra marca. Los capacita, les resuelve dudas o da asesorías, supervisa inventarios,

ofrece soporte; lo que le da más confianza al gerente de producto para ofrecer la marca”, resaltó Mones.

Y no menos importante, estos gerentes atienden a los asociados de cada zona, a los que tienen proyectos o que ya venden energía pero no comercializaban CyberPower. Porque ahora hay un compromiso personal de parte del fabricante; además, los acompaña con sus usuarios para empujar la credibilidad de la marca.

### Beneficios

Una de los resultados que tienen contento al entrevistado fue la respuesta a la iniciativa que lanzaron para llevarse a 10 asociados con pareja a esquiar a Keystone, Colorado. Aunque hace tres años fue el primer viaje de estas características, este año fue la segunda ocasión que lo realizaron, y tal fue su éxito que ya planean el siguiente a Whistler, Canadá.

“Sólo dos socios han repetido el viaje. Nos llevamos a los 10 que más compraron y que demuestran más lealtad hacia la marca. Y como sólo nos llevamos a los canales, para los vendedores de los mayoristas les damos incentivos directos en dinero en efectivo por sus ventas, entre otros”, abundó el directivo. Finalmente, Mones aceptó que les faltan más mecanismos para llegar con los mensajes a los asociados y a la industria en general, por lo que trabajarán en la generación de más contenido y actualizaciones de la marca en general. ↩

# INTCOMEXPO

MEXICO 2018

## *El evento de tecnología del año ¡Ya esta aquí!*

Ven a conocer las nuevas tendencias en tecnología y  
conoce su aplicación y utilidad en el día a día de tu  
entorno empresarial

# OCTUBRE 10 y 11

## ¡ENTRADA GRATUITA!



*¡Regístrate y  
obtén un boleto  
para la tómbola!*



**MANTENTE INFORMADO  
SOBRE LO QUE PASARÁ  
EN EL EVENTO**

 Tel. (55) 5278-9901  
Ext. 1415 ó 1167

Asiste, participa y podrás ser el ganador de un **VIAJE** o un **AUTOMÓVIL**.

## ***¡Además!***

Podrás asistir a las diferentes capacitaciones con nuestros especialistas e invitados.

**¡Recuerda!**  
Tus compras te hacen ganar.



**HOTEL HILTON**  
**9:00 a 20:00 Hrs.**

Av. Juárez n.º 70 Colonia Centro,  
Ciudad de México, 06010, México

**ESCANEA  
EL CÓDIGO QR  
CON TU CELULAR**



**Síguenos en nuestras redes:**

/intcomex.mexico /Intcomex\_Mexico

**INTCOMEX**  
MEXICO

## Especialización constante es el diferenciador de SICAR

Rogelio Herrera

• PARA ATENDER EL INCREMENTO EN LA DEMANDA DEL MERCADO, LA FIRMA BUSCA COLABORAR CON INTEGRADORES INTERESADOS EN GENERAR MAYOR RENTABILIDAD Y COMPLEMENTAR SU OFERTA

Con una década de presencia en el mercado, el desarrollador se enfoca en la entrega de sistemas de gestión de negocio o punto de venta. Uno de sus principales diferenciadores, es el nivel de servicio que ofrece, esto se acopla, de manera natural, con la facilidad de implementación y uso de la propia plataforma.

Así busca facilitar tanto la operación como administración de cada tipo de negocio, con un mejor seguimiento de ventas, cobranza e inventario, incluso es posible prevenir el robo hormiga. También se puede tener una mayor visibilidad del comportamiento del negocio para optimizar las ventas.

Eliseo de Dios, director de mercadotecnia en SICAR, mencionó: “Como parte de nuestro plan de crecimiento estamos incursionando en otros países de la región como Perú, Estados Unidos y República Dominicana. Es importante destacar que las soluciones ya cumplen con el marco regulatorio fiscal mexicano”.

Otro factor competitivo, es la rapidez con la que se genera el timbrado en los comprobantes fiscales digitales. A nivel geográfico, la firma tiene su corporativo en el estado de Jalisco, pero su mayor actividad comercial se concentra en Ciudad de México, también mantiene presencia en Monterrey.



Eliseo de Dios

el crecimiento de los usuarios y al mismo tiempo se generan relaciones comerciales de largo plazo.

La facilidad de uso hace que las capacitaciones sean más sencillas, tanto para empresarios como empleados, así también se optimizan los tiempos de respuesta en soporte técnico. Es importante, destacar que su oferta también contempla equipos de cómputo y otros componentes físicos de punto de venta.

“Buscamos tener constante retroalimentación con los usuarios para mejorar el sistema, ejemplo de esto son las funciones de monedero electrónico y generación de gráficos. A nivel comercial ofrecemos márgenes que van de 10 a 25% para los socios, esto de acuerdo a su volumen de venta”, agregó, el directivo.

Entre sus actividades de generación de demanda, destacan las iniciativas relacionadas medios digitales y redes sociales, la idea es consolidar dicha estrategia con rápidos tiempos de respuesta de su centro de contacto. Para posteriormente participar, en diferentes foros de negocio en las principales ciudades del país. ↩

### Puntos clave de SICAR Punto de Venta

- Gestión de inventario y monedero electrónico
- Facturación electrónica, recargas y pago de servicios
- Sincronización de sucursales, gráficas y comparativas
- Buscador inteligentes y etiquetado de mercancías
- Para abarrotes, farmacias, ferreterías y papelerías

### Consultoría y verticalización

Parte de su estrategia consiste en ofrecer consultoría de acuerdo al giro de cada usuario, así genera prácticas de especialización en diferentes verticales. Esto se traduce, en un esquema donde la solución impulsa



# SERIE GUARDIÁN



## Los datos son elementales

Los productos de la serie Guardián, basados en décadas de ingeniería innovadora de Seagate, proporcionan a los clientes soluciones preparadas para el futuro a fin de conservar y acceder a sus datos, así como maximizar su valor. Esta línea de unidades específicamente diseñadas para ser fiables se basa en la idea de que los *datos están vivos*, inspirándose en los elementos de nuestro alrededor: la tierra, el mar y el aire.

## El producto preciso para cada necesidad

La serie Guardián comprende la línea de unidades para computación personal y juegos **BarraCuda®**, la línea de unidades NAS y RAID **IronWolf™** y la línea de unidades de vigilancia **SkyHawk™**.

## La serie Guardián

### Barracuda y Barracuda Pro



**Versátiles.** Unidades de disco duro para todas sus necesidades de PC que le brindan la máxima excelencia del sector en computación personal.

**Fiables.** Desde hace más de 20 años, la familia BarraCuda proporciona un almacenamiento de la más alta fiabilidad para el sector de las unidades de disco duro.

**Rápidas.** Cambie a BarraCuda Pro para obtener más capacidad, velocidades más rápidas gracias a sus 7.200 rpm y una caché de mayor tamaño, así como una garantía limitada de 5 años.

### FireCuda™



**Rápidas.** Ahorre tiempo con una unidad que arranca en cuestión de segundos, no de minutos. Hasta cinco veces más rápida que las unidades de disco duro estándar para aumentar la productividad y las velocidades de carga de los juegos.

**Grandes.** Con hasta 2 TB de almacenamiento, FireCuda permite almacenar 80 juegos de 25 GB. Esta unidad hace que eliminar juegos y archivos para obtener espacio en disco sea una cosa del pasado.

**Resistentes.** La garantía limitada de 5 años de FireCuda es la mejor de las garantías de unidades de disco duro.

### IronWolf y IronWolf Pro



**Sólidas.** Rendimiento ininterrumpido con tecnología multiusuario para conseguir mayores cargas de trabajo del usuario. Son las primeras unidades creadas para NAS que están equipadas con sensores de vibración giratoria (RV).<sup>1</sup> IronWolf ofrece los servicios Rescue como opción, pero en IronWolf Pro ya vienen de serie para darle tranquilidad durante muchos años.

**Preparadas.** AgileArray™ proporciona equilibrio a la unidad, optimización RAID y gestión de la energía avanzada.

**Escalables.** Hasta 12 TB significa que hay una solución escalable para cualquier caso de uso de NAS.

<sup>1</sup> Disponibles en IronWolf de 4, 6, 8 y 10 TB y IronWolf Pro.

### SkyHawk



**Inteligencia.** Firmware ImagePerfect™ para una transmisión de vídeo fluida en cargas de trabajo optimizadas para vigilancia ininterrumpida que admite un máximo de 64 cámaras HD.

**Protección.** Índice de carga de trabajo de 180 TB/año (3 veces el índice de carga de trabajo de las unidades de sobremesa) que ofrece un rendimiento fiable de escritura intensiva.

**Seguridad.** Proteja sus datos de lo inesperado con un plan opcional de recuperación de datos Rescue.

Portada

Facebook/eseமான

# Logitech

una empresa con sentido de innovación

Brenda Azcarategui

logite



---

## CON NUEVOS PRODUCTOS Y PROYECTOS, EL FABRICANTE BUSCA CONTINUAR IMPULSANDO SU CRECIMIENTO DE DOS DÍGITOS A MODO CONSTANTE. AQUÍ ADELANTE, DETALLAMOS ALGUNOS DE LOS PROYECTOS MÁS IMPORTANTES DE LA MARCA QUE FORMAN PARTE DE SU ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO Y APOYO PARA EL CANAL.

**C**omo principal objetivo de la marca, Desireé Ortiz, directora general de Logitech en el país, destacó: “en México queremos seguir creciendo con una estrategia de venta que refleje nuestro liderazgo a nivel mundial. En cuanto a segmento de mercado, nuestra prioridad uno, actualmente es videocolaboración y en segundo lugar gaming, continuado con el área de música”. Recordemos que Logitech es una marca con productos dedicados a diferentes segmentos. Específicamente el portafolio se divide en cuatro áreas que a decir de la directora, cada una de ellas crece a doble dígito, gracias a la gran demanda existente en el mercado mexicano, por lo que ven en él un mercado sano que representa uno de los países con mejor desempeño de la región para la compañía.

**DE ACUERDO CON LA DIRECTORA DE LOGITECH, LA COMPAÑÍA SE DISTINGUE POR SU NIVEL DE INNOVACIÓN TECNOLÓGICO, LA CUAL ESTÁ DESARROLLANDO PRODUCTOS CONSTANTEMENTE PARA OFRECER A LOS USUARIOS NUEVAS TECNOLOGÍAS. ASEGURÓ QUE UNA GRAN INVERSIÓN DE LA EMPRESA ES EN SU CANAL, PARA IMPULSARLOS Y CON ELLO LLEGAR AL MERCADO.**

### Los cuatro segmentos de Logitech

**-Videocolaboración:** Esta es el área a la que más está apostando para continuar creciendo en el mercado. Lo que busca la compañía con este portafolio es desarrollar un mercado dirigido al usuario final y por otro lado llegar con los distribuidores a proyectos de la pequeña, mediana y gran empresa, tal como lo señaló Guillermo Nava, gerente del área de Videoconferencia.

En este segmento, trabajan con un programa de canal especial el: Videocolaboración de Logitech, para trabajar independiente al resto de las líneas de negocio. En él dividen a los socios en tres niveles:

**-Autorizado:** al cual todos pueden tener acceso, sólo deben de tomar un webinar.

**-Silver:** es un nivel de canal que tiene ya un compromiso comercial de modo trimestral de 5 mil dólares y debe contar con un equipo demo.

**-Gold:** es un canal de compras trimestrales de 10 mil dólares, que además debe de tener un kit de demo completo.

Obviamente los niveles de descuento se van incrementando según el nivel al que pertenezcan, así como la asignación de leads comienza a darse desde el segundo nivel. Aunado a ello, otros beneficios del programa es la información de los productos que se les ofrece, así como las herramientas de marketing disponibles para ellos.

“En esta área rompimos el modelo de negocio tradicional, al igual que todos los paradigmas. Ya que permitimos al usuario usar videoconferencia, no como antes que se requerían equipos muy costosos, sino que les dimos a todos la posibilidad de usar un sistema de videoconferencia, fácil de usar”, explicó Nava. La propuesta de esta unidad incluye: los equipos de audio, la cámara y los altavoces de diferentes tamaños. Algunos nuevos productos son por ejemplo su línea Rally; “es una línea premium con una cámara PTZ dedicada a espacios medianos y grandes, con equipos 4K con un zoom óptico de 15x. Además tiene tecnología Sense Right que identifica cuantas personas están en foco; y Light Right que sirve para que las cámaras se ajusten al nivel de luminosidad de los espacios, dándole mayor nitidez, y mejor balanceo de blancos. Con estas últimas tecnologías se estarán presentando más productos.

Asimismo, la marca tiene un programa el LCP (Logitech Collaboration Program), donde se incluyen sus socios tecnológicos con los que se están aliando para hacer crecer este negocio y para impulsar el tema de nube son: Microsoft, Google, Zoom, Go To-Meeting y Cisco Webex, entre otros.

**Gaming:** Es otra de las áreas en la que la compañía busca poner foco, para que el mercado conozca sus productos más novedosos.

“Continuaremos apalancando nuestro crecimiento con las comunidades de gaming, a través de nuestras distintas estrategias”, recalcó Desireé Ortiz, sobre su principal objetivo para este portafolio. “Nuestra estrategia en gaming es traer productos inalámbricos y tener baterías innovadoras. Tenemos dispositivos inalámbricos como nuestro mouse que es el más rápido del mundo, de 250 horas continuas de juego, y un mousepad que se comunica con el ratón para que se vaya cargando y nunca se pierda una partida por quedarse sin batería. También aprovechamos la tecnología RGB. Además tenemos audio para gaming con tecnología LySync que se sincroniza con el resto de los dispositivos” ahondó.

En esta área la compañía robusteció su oferta gracias a la adquisición de empresas como: Astro de auriculares de audio; Saitek que son simuladores de vuelo; “Con estas adquisiciones podemos llegar a todos los tipos de gamers”. También resaltó la compra de Jaybird que son auriculares más enfocados para corredores.

Por su parte, Rosario Ruiz, gerente de mercadeo, explicó que en esta área realizan torneos como el G Challenge con la meta de llegar y estar presentes en la mente de más usuarios. Este torneo se realiza a nivel mundial y a los ganadores se les da diferentes premios en efectivo y gadgets.



Sobre los socios que trabajan con este portafolio de la empresa, Blanca Ortiz, gerente de canal, reveló que ya tienen alrededor de 100 socios especializados en gaming a nivel nacional.

En tanto, Oscar Franco, gerente para el canal de retail, añadió que en México éste es un segmento que crece rápido, aseguró que esto se debe a que tienen un producto dedicado a cada uno de los segmentos: de entrada, medio y profesional, no obstante, Ortiz acotó: “en México tenemos un mercado muy avanzado y sigue la tendencia de comprar productos de rango medio y alto”.

**“MÉXICO ES UNA ECONOMÍA MUY ESTABLE EN COMPARACIÓN DE OTROS PAÍSES DE LA REGIÓN. TODO LO CONTRARIO DE LO QUE SE ESPERABA, HEMOS VISTO EL NEGOCIO FLORECER. HAY QUE SOÑAR EN GRANDE PORQUE CUANDO SE SUEÑA EN GRANDE SE LOGRAN MÁS COSAS. EL EQUIPO DE MÉXICO HA DADO UN VIRO A ESTE MERCADO, TERMINAMOS ESTE AÑO FISCAL CON UN CRECIMIENTO RÉCORD TANTO UNIDADES COMO EN DÓLARES, Y TAMBIÉN TENEMOS LA PROYECCIÓN DE CERRAR ESTA NUEVO AÑO FISCAL CON UNA RENTABILIDAD IMPORTANTE”:** DESIREÉ ORTIZ.

**Música:** En esta área donde ya está bastante posicionada la marca, una de las novedades es que se está incorporando una línea de hogar inteligente. “Es una tendencia en la que no nos queremos quedar atrás y los nuevos productos ya vienen con esta tecnología. Aquí se está lanzando productos como el Megaboom 3, el UE Boom 3, que hablan con todo el mundo incluso con Alexa”, así lo explicó la directora general.

Además subrayaron que otra de las cualidades más destacables es que los productos tienen colores y diseños más atractivos que otras marcas.

**Creatividad y productividad:** Esta es la cuarta área de la marca, donde se agrupan todo el resto de accesorios como lo son: teclados, mouses, entre otros. “En esta área nuestra principal meta es continuar educando a los usuarios sobre tecnologías inalámbricas, la idea es que ya den el brinco a esta modalidad y en vez de comprar un

# Panasonic

## BUSINESS

Con tu PBX **Todo En Uno** la comunicación es más sencilla

La misma extensión IP en la oficina  
y en tu smartphone

- Aprovecha tu infraestructura existente
- Comunícate con empleados remotos
- Recibe tus mensajes de voz en tu e-mail
- Puedes combinar teléfonos SIP y analógicos para ajustarte a un presupuesto
- Haz videollamadas por Internet con las terminales adecuadas



Regístrate para más información  
escaneando el código QR con tu  
teléfono móvil o ingresa al URL:  
<https://goo.gl/fc3dK3>



PBX Analógico / IP **KX-HTS32** + Teléfono SIP **KX-HDV330**





producto con cable cambien a algo inalámbrico, obviamente esto acompañado con nuestras nuevas tecnologías como Flow y el foco de multidispositivos”.

Uno de los nuevos productos para esta área es su nuevo mouse vertical MX Vertical, que está dedicado a corregir problemas de postura, gracias a que está ergonómicamente diseñado. Este producto estará disponible desde el mes de octubre.

Además, de que se está integrando a los dispositivos con tecnología Flow que funciona para que los usuarios puedan compartir archivos de un monitor a otro a través de un software que debe ser instalado.

### Proyectos siempre de la mano del canal

Como sabemos, a cargo de la relación con canales se encuentra Blanca Ortiz, quien ya lleva 10 años colaborando con la compañía y a quien los distribuidores pueden contactar para hacer negocios con Logitech.

La gerente de esta área detalló que la estrategia para fortalecer su relación con los socios es ir de la mano siempre con sus distribuidores y siempre respetándolos. “Lo que hacemos es buscar e identificar a los canales que se especializan en cada área, por ejemplo, quién vende videocolaboración para poder hacer un acercamiento con ellos e incluirlos al programa, los entrenamos y los acompañamos en su desarrollo, siempre respetando sus negocios, nos acercamos y hablamos con ellos cara a cara, los ayudamos a identificar su mercado objetivo, los impulsamos para que se especialicen

y cumplan sus propias metas. Lo anterior, lo hacemos con nuestro equipo habilitado en toda la República Mexicana”.

Aunado a lo anterior, para trabajar con sus socios actualmente la marca relanzó su programa de lealtad Logitech Partner Club, con el objetivo de “identificar a nuestros clientes a nivel nacional y desarrollarlos aún más, los consentimos para crear un acercamiento”. El programa incluye promociones que pueden obtener los canales de distribución gracias a la acumulación de puntos, donde participan todas las áreas de negocio de la marca a excepción de videocolaboración, ya que como lo mencionamos anteriormente, esta área cuenta con su programa propio.

A esta iniciativa ya se han sumado más de 1000 canales distribuidores. Quienes, de acuerdo con Blanca Ortiz, son socios ávidos de nuevos entrenamientos a los que están capacitando constantemente y proveyendo información de todos los nuevos productos.

De acuerdo con la gerente de canal, algunos de los productos que se buscan impulsar con el canal son el mouse M87 de colores, que se posicionó principalmente durante el regreso a clases, el MX Sound 2.0 Bluetooth con un concepto estilizado, o los altavoces Logitech Z207. Sobre su relación con los mayoristas, La marca se puede encontrar disponible en: CT, PCH, DC Mayorista, Exel del Norte y Grupo Loma. Sin embargo, para trabajar con el portafolio de videocolaboración tan sólo están autorizados: Ingram Micro, CVA, Neocenter e Intcomex, que también trabajan con el resto del portafolio.

Como sabemos la marca también está disponible en retail, en este tenor, Óscar Franco comentó que ya trabajan con el 98% del todos los retailers en el país, incluso adelantó que están por anunciar una nueva relación. Por su parte Desireé Ortiz, acotó que en México: “es un caso atípico, porque contrario a otras regiones, vemos que porcentualmente retail y canal están a la mitad. Esto habla del trabajo que está haciendo nuestro equipo en cada una de sus áreas”. [↙](#)

# Soluciones Integrales en Telecomunicaciones

**Panasonic**  
BUSINESS

- Telefonía
- Conmutadores
- Videoconferencia



**Jabra** GN

- Diademas profesionales
- Speakers



**CONDUMEX**  
CABLES

- Cableado Estructurado
- Fibra óptica



**CHAROFIL**

canalización inteligente

- Charola tipo malla
- Canaletas
- Electroductos



**Isten**  
Telecomunicaciones  
[www.isten.com.mx](http://www.isten.com.mx)

**HIKVISION**

- Videovigilancia
- DVRs
- NVRs
- Control de acceso



**INTELLINET**  
network solutions

- Cableado Estructurado
- Switches
- Herramientas



360°

Soluciones para tu negocio

**Polycom**

- Audioconferencia
- Videoconferencia



**smartbitt**  
lifestyle solutions

- No Breaks
- UPS
- Paneles Solares
- Inversores



**TRENDNET**

- Equipo Activo
- Redes
- Switches
- Herramientas
- Convertidores



**JAGUAR**

- Racks
- Gabinetes
- Brackets
- Data Center



**intec.**

- Intercomunicación
- Alarmas
- Videoporteros
- Frentes de calle



f Istenmx    t Istenenlinea    in Istenmx

[www.isten.com.mx](http://www.isten.com.mx)

REVILLAGIGEDO / 5130 0000    LÓPEZ / 5512 0677    VICTORIA 1 / 5521 9850    VICTORIA 2 / 5512 8228

NAUCALPAN / 2122 4390    AGUASCALIENTES / (449) 915 8499    QUERÉTARO / (442) 962 2211

CALL CENTER / 5130 0012



## PCH con un proyecto para convertirse en mayorista de valor

Brenda Azcarategui

- Nuevos proyectos y nuevas marcas en su portafolio.
- Presentan el programa PCH Premier.

**D**urante la convención que la compañía realiza año tras año, Edgar Vargas, director general de PCH, detalló las estrategias que están aplicando para continuar su posicionamiento en el mercado.

### Más capacidad

Una de las principales, es la inversión que se realizó para duplicar su capacidad de espacio en almacenes. “No estamos creciendo en nuevos estados, sólo tenemos un nuevos espacios en Tijuana; en Guadalajara compramos un nuevo edificio para comenzar operaciones en octubre desde ahí, con capacidad de 5 mil metros cuadrados; y en Mérida también doblamos el espacio en almacén. Con la suma de estos tres proyectos doblamos la capacidad total de la base instalada en metros cuadrados, para aumentar nuestra capacidad de inventarios. Con ello ser un mejor proveedor logístico para las marcas y poder satisfacer las necesidades de los clientes. Esto lo hicimos porque ya teníamos saturado el espacio en Guadalajara y Ciudad de México, así que era poco lo que llegaba del norte y sur, ahora podemos tener

---

mejo abasto en estas regiones”, explicó el directivo sobre la razón de este proyecto.

### **Crecimiento del portafolio**

Otro plan de PCH es impulsar su portafolio de IoT, sobre el cual reconoció que en el país no ha sido tan demandado como lo habían proyectado. No obstante, confió que los consumidores demandarán cada vez más estas soluciones conectadas, sobre todo para automatizar los hogares.

Sobre su portafolio, Vargas detalló que actualmente se compone de más de 80 marcas. Durante lo que va del año han sumado 12. Asimismo buscarán más alianzas, principalmente para robustecer el área de infraestructura, software, cloud, virtualización y seguridad. “Buscamos que para 2019 representemos alrededor de 100 marcas”, indicó.

Lo que busca el directivo al traer nuevas marcas, es comenzar a fortalecer y preparar el camino que dé pie a su nuevo proyecto de convertirse en un mayorista de valor. “Creemos que las marcas de volumen que representamos son las ideales, pero lo nuevo irá con intención de transitar al tema de valor”. Norton, Symantec, VMWare, Microsoft Azure, Adobe, Panduit, Eaton, son algunas de las compañías que el mayorista buscará incluir en su propuesta.

### **El proyecto de abrazar valor**

“El mayoreo de volumen crece satisfactoriamente, ahí no hay mucho hilo negro para satisfacer las necesidades del cliente, sólo hace falta cubrir tres puntos básicos: la disponibilidad, precio y logística, eso ya lo hacemos bien. Eso me da la pauta para poder migrar a valor; dentro del grupo ya está muy maduro nuestro ERP, que es otra empresa que tenemos y estamos por migrar a PCH y a no más de dos años trabajaremos la comercialización y sembraremos nuestro sistema con nuestros distribuidores. Por ello, quiero ir preparando la estructura del canal para que cuando lleguemos hagamos sinergia”, detalló sobre su motivación para poder abordar soluciones de valor. Dirigirse hacia el negocio de valor, le llevará a PCH, tal como lo estimó Vargas, cuatro años, durante este tiempo trabajarán sentando las bases, entrenando equipo, añadiendo marcas, robusteciendo su plataforma B2B con nuevas actualizaciones. Uno de los principales objetivos que busca alcanzar la compañía es que los clientes puedan hacer más rápidos y dinámicos para tener mejor captación de clientes. Añadió que desarrollarán una plataforma de nube y licenciamiento donde los clientes podrán comprar “estilo tiempo aire” para sus clientes con contratos a distintos plazos, autoadministrable.

De modo interno, ya cuentan con un equipo de 20 personas que se encuentran desarrollando las plataformas y afinando el ERP; el directivo también señaló que buscarán más recursos humanos y fortalecerán la oferta con más beneficios de financiamiento para que puedan comenzar con este modelo de negocio.

Sobre sus canales, ahondó que muchos de ellos ya trabajan estas soluciones con otras compañías, por lo que ellos llegarán a complementar su oferta. “No todos los mayoristas están haciendo acompañamientos puntuales hasta llegar al cliente y esos son los diferenciadores que tendremos, y que de hecho ya tenemos”, subrayó Vargas.

Mencionó que este proyecto se acompañará de aulas digitales para que sus clientes puedan actualizarse y capacitarse en las nuevas marcas.

Para trabajar con los canales en estos nuevos proyectos de valor, Vargas explicó que segmentarán a sus socios para identificar a aquellos quienes ya tienen experiencia en el tema, y con ello asignarán personal interno como ingenieros de preventa, con el objetivo de que su llegada al mercado sea más dinámico.

El mayorista trabaja actualmente con un aproximado de 13 mil canales, de ellos, 8 mil son socios frecuentes de negocio. De ellos confía que con su nuevo proyecto podrán tener constancia en más del 80% de su base de canales que trabajen su propuesta de valor.

### **Otros proyectos**

Sobre su proyecto de financiamiento, el directivo ahondó que buscarán extender los créditos de 30, 90 o 120 días y proteger los tipos de cambio, así como otras herramientas que buscan otorgar con capital propio. No obstante, cabe mencionar que también trabajan con arrendadoras de terceros.

Ahora bien, sobre la plataforma PCH Premier, lo que esperan es mejorar el proceso

# Mayoristas

de selección de los asistentes de su convención, así como incrementar los beneficios y recompensas que otorgan en este sentido. La dinámica del programa será a través de la acumulación puntos para hacerse merecedores a los premios que serán desde productos hasta viajes al extranjero.

Edgar Vargas adelantó que en próximas ediciones de su evento anual de canales, posiblemente estará abierta a todos los que quieran asistir, así que algunos estarán patrocinados y otros podrán financiar sus propios gastos.

Sobre su plataforma de comercio electrónico, agregó que han crecido del 60 al 68% de clientes operando a través de ella. A esta plataforma le han sumado herramientas y capacitaciones para facilitar el trabajo de sus socios, “ahí les recomendamos producto y los orientamos en el tema del precio”, abundó.



Ángel Morales

## Las marcas presentes en la Convención PCH

El número de patrocinadores en esta ocasión fue de 40; algunos ellos fueron:

**-AMD:** presentó todas sus líneas de producto. De acuerdo con José Ángel Morales, director de canal de esta marca, su objetivo principal fue mantener cercanía con los socios y continuar informando sobre los nuevos productos. Además destacó que buscan mostrarles todas las herramientas que pueden tener al trabajar con ellos. Aseguró que con PCH han crecido en el mercado medio y alto gracias a sus lanzamientos con Ryzen.

**-AOC:** Durante el evento promocionaron sus nuevos monitores Desing by Porsche, así como su monitor de 27 pulgadas con toda la conectividad sin marco. “Somos la única marca con inventario desde 15.6 hasta 27 pulgadas”, resaltó Carlos Ávila, gerente de canal, como uno de los principales diferenciadores de la marca y recordó sobre sus monitores Philip para llegar a proyectos de señalización digital con los que buscan llegar principalmente en corporativo y gobierno. Añadió que quieren que los canales sepan que son expertos en la fabricación de monitores, con diseños muy atractivos a precios accesibles.



Carlos Ávila

**-ISB Sola Basic:** Lucy García, representante de la compañía, remarcó como ventaja de sus productos su capacidad logística, gracias a sus dos plantas y 10 centros de

distribución en todo el país. “Somos líderes en iluminación LED, fabricamos nobreaks y reguladores con capacidades de hasta 30KVA con su línea Xellence, así cubrimos cada vez más industrias con estos productos”.



Lucy García

Para los socios destacó que siempre tienen promociones constantes y al estar muy cerca abaten costos de logística, con lo que ellos pueden ganar más.

**-Kaspersky:** Paris Valladares, director general de la marca en México, explicó que con su presencia buscaban compartir la información de todo el trabajo que hacen para la protección de los ambientes tecnológicos. “Queremos que sepan cómo están atacando los cibercriminales, cuáles son los vectores de inseguridad de sus clientes y luego asesorarlos para evitar estos ataques, para que ayuden a sus clientes a que tomen acciones antes de ser atacados”.

A decir de Valladares, la marca se ha convertido en un laboratorio de seguridad, que analiza constantemente los ataques que ocurren, lo que les ha dado la oportunidad de desarrollar mucha inteligencia en sus soluciones. Invitó a los socios y a los clientes a estar informándonos sobre los nuevos ataques.



Paris Valladares

**-Kingston:** “Para nosotros es muy útil tener cercanía con nuestros clientes, quienes nos han ayudado a permear y llevar



Cristina Carbajal

nuestros productos al mercado”, acentuó Cristina Carbajal, gerente de canal. La compañía presentó su nueva línea de tarjetas de estado sólido, de SD y Micro SD Canvas. “PCH es muy estratégico porque maneja todas nuestras líneas de negocio, hasta las de alto desempeño y sus socios conocen mucho de tecnología para llevar al mercado estos productos. Con ellos llevamos un muy buen año de venta” acotó Carbajal.

**-Linksys:** Durante la convención presentaron sus nuevos productos acces point en la nube, dirigido al mercado SMB. “Estos equipos son administrables, se configuran desde la nube y replicarlos en todo el ecosistema o bien hacerlo diferente por segmento”, explicó Efrén Olguín, gerente de canal. Añadió que para sus socios es una oportunidad clara de hacer negocio ya que en comparación de otras marcas está disponible para todo su ecosistema de canal sin importar el nivel.



Efrén Olguín

Sobre su relación con PCH, destacó que principalmente a ellos les beneficia debido a la alta disponibilidad que tienen siempre de sus productos.

**-TP-Link:** Erick Velasco, gerente de canal y SMB en México, dijo que buscaron mostrar a los canales sus soluciones para el mercado SMB, “con nuestras soluciones que nos permiten dar Internet y hotspots para pequeñas y medianas empresas, para conectar desde 10 dispositivos hasta 5 mil, además de toda nuestra familia PoE y switches Jetstream. Lo que estamos haciendo es cambiar el esquema, queremos que vean que no sólo podemos llegar



Erick Velasco

a casa, sino también a corporativos generando más rentabilidad a los canales”. También resaltó su programa de descuento, o de adquisición de producto demo. Reveló que con el mayorista una de las principales demandas se encuentra en su portafolio de routers.

**-Vorago:** “Queremos que los canales de PCH vean nuestros nuevos productos y nuestra línea de gaming que crece mucho. Al mismo tiempo queremos invitarlos a que se sumen a nuestros distribuidores autorizados, con lo que obtienen más beneficios”, indicó Rodrigo Vargas, director general. Explicó que en términos comerciales los canales tienen ventajas al trabajar con una marca de calidad a un costo accesible. ↩



Rodrigo Vargas

### La premiación de los mejores socios

Durante el evento las marcas también reconocieron a sus mejores socios, los premiados fueron 13 canales:

- Uriel Velázquez Rivera –Premiado por Adata, marca que además del reconocimiento obsequió un auto.
- Emilio Barillas Fuentes-AOC
- Grupo Decme-Asus OEM
- More Memory-Black PCS
- PC Online-Dell
- Cyberpuerta-HP
- TC Memory-Kingston
- API Global-Linksys
- Simicom Telemarketing-Logitech
- Macro Maytech-Qian
- Compumex Digital-Seagate
- PC Digital-TP Link
- Dicotech Mayoristas de Tecnología: Vorago

# SIGUENOS EN FACEBOOK

## /NOTICIASDELCANAL

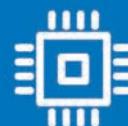
No pierdas ninguna noticia  
del canal TIC

- Mayoristas
- Fabricantes
- Integradores

 /NoticiasdelCanal

[www.esemanal.mx](http://www.esemanal.mx)

**eSemanal**  
NOTICIAS DEL CANAL



# eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL



[www.facebook.com/NoticiasdelCanal/](http://www.facebook.com/NoticiasdelCanal/)

# Productos

## Major III Bluetooth de Marshall Headphones

Audífonos con nuevos controladores y mejoras en el sonido. Ofrecen más de 30 horas continuas de música de manera inalámbrica con una sola carga de la batería.

### Descripción

Revestidos con una cubierta de vinil, la diadema ofrece ajuste ergonómico al igual que las almohadillas. Integran cables en bucle más gruesos con amortiguadores de goma reforzados.

### Características

- Controladores dinámicos de 40 mm
- Permiten responder, rechazar o terminar una llamada
- Botón de control multidireccional para reproducir, detener, mezclar y ajustar el volumen, encender o apagar
- Posibilitan compartir el audio conectando un cable a la salida de 3.5 mm
- Disponibles también en versión con cable estándar

[contactame@esemanal.mx](mailto:contactame@esemanal.mx)



## CMP20 y CMP-30 de Citizen

Impresoras portátiles para recibos y etiquetas de un ancho de 2 y 3 pulgadas. Ofrecen opciones de impresión móvil gracias a su conectividad Bluetooth y Wi-Fi, además de una impresión fácil y rápida con recarga de papel por caída, indicadores de final del papel, y rutas de alimentación para evitar el riesgo de atascos.

### Descripción

Construcción resistente, supera IP42 y caídas desde 1,2 metros. Integra barra cortadora para guillotinar el papel a la longitud necesaria.

### Características

- Rollo de soporte de impresión de 2 y 3 pulgadas
- Pilas de ion de litio
- Bluetooth 4.2 de bajo consumo
- LAN inalámbrica de 2,4 y 5,0 GHz

### Disponibilidad

Azerty, BlueStar, CT Internacional y Shopping X TI.

[jmartinez@citizen-systems.com](mailto:jmartinez@citizen-systems.com)



# Escáner S2040 de Alaris

Equipo de escritorio para necesidades de captura distribuida de información (sucursales, ventanilla única, frontdesk). Lleva los datos rápidamente a los procesos empresariales.

## Descripción

Incluye funcionalidades como tecnología de alimentación activa, perfect page para imágenes de calidad, procesamiento inteligente de errores, lectura de códigos de barras, interfaz intuitiva y configuraciones predefinidas para una operación sencilla.

## Características

- 40 páginas por minuto
- 5,000 páginas volumen diario
- Conectividad USB 3.1
- Display a color
- Cama plana A4/legal, para pasaporte

## Disponibilidad

Distribuidores autorizados.  
[ventasdi@kodakalaris.com](mailto:ventasdi@kodakalaris.com)





## Panasonic 100 años de existencia y 40 de presencia en México

Brenda Azcarategui

LA EMPRESA INICIÓ ACTIVIDADES EN EL PAÍS EN 1978, OPERANDO BAJO EL NOMBRE DE MATSUSHITA ELECTRIC, QUE LUEGO CAMBIARÍA AL CONOCIDO PANASONIC, DESDE ENTONCES, LA MARCA HA CRECIDO EN EL MERCADO POSICIONANDO SUS DIFERENTES LÍNEAS DE PRODUCTO A TRAVÉS DE SU RED DE DISTRIBUIDORES.

**S**higeo Suzuki, presidente de la compañía para América Latina, agradeció a nombre de Panasonic por la confianza que el país ha depositado en sus productos y tecnología. Lo anterior en el marco de sus actividades de celebración que se realizaron en las inmediaciones del WTC de la Ciudad de México.

El presidente, recordó que continuarán impulsando sus negocios en el país, ya que junto con Brasil, son los más importantes de la región.

Por su parte, Yoshihiro Kanamaru, presidente de Panasonic en México, explicó que esta empresa que nació en Osaka, Japón, con la oferta de un socket doble, desarrollando a lo largo del tiempo una amplia oferta de productos electrónicos, hasta que lograron consolidarse como una de las empresas tecnológicas más grandes a nivel mundial. En México, comenzaron su operación desde su planta de 97 mil metros cuadrados, situada en Ixtapaluca, Estado de México. Por su parte, Edmundo Sánchez, director de la planta, detalló que desde esta localidad se continúan fabricando, hasta el día de hoy, equipos de audio y TV, bajo todos los estándares de calidad, exportando así a todo el continente.

La marca recalcó que a futuro continuarán innovando con una visión clara para posicionarse durante los siguientes 100 años en el mercado global. Las áreas de innovación en las que dirigirán sus esfuerzos son: soluciones para automóviles, soluciones conectadas, soluciones ecológicas y dispositivos para hogar. Todo bajo una consigna: “Un

mejor vida, un mejor mundo”.

De modo detallado, para consumo buscan el impulso del IoT dotando de conexión a todos los dispositivos para hogar.

Sobre su oferta B2B, buscarán impulsar soluciones en manufactura con soluciones de ingeniería eléctrica, equipos de soldadura, marcadores láser y componentes electrónicos. También con un portafolio para retail con equipos kioscos, refrigeradores, aire acondicionado comercial, así como pizarrones digitales.

Para oficinas y fábricas: equipos de telecomunicaciones, seguridad, cómputo Toughbooks y sistemas fotovoltaicos. En el caso de las televisoras y eventos, con su propuesta de cámaras profesionales, proyección de alta luminosidad y pantallas profesionales.

También buscan fortalecer los servicios que ofrecen con sus 350 centros de servicio en todo el país, cubriendo todo el ciclo que incluye: garantía y servicios, pruebas, instalación, construcción, integración, diseño, definición y planeación. Durante su evento de celebración, la compañía montó una sala de exhibición que comenzó con una remembranza histórica de los productos que se han fabricado a lo largo del tiempo, para continuar mostrando sus soluciones actuales para el mercado de: telecomunicaciones, retail, hogar, videoproyección, soluciones para el negocio y la industria, equipos para radio, televisión y una zona del futuro donde mostró sus desarrollos más innovadores para crear ciudades con alto nivel de eficiencia eléctrica así como para el desarrollo de autos inteligentes. 

# TOP DATA

## Tienda Online

---



Estamos encantados de presentarles nuestra **tienda online** en la cual podrán encontrar una gran variedad de productos al mejor precio, con excelentes descuentos, de forma 100% segura.

Desde nuestro portal podrán realizar compras de manera más eficaz desde la comodidad de su hogar u oficina.

Les recomendamos estar atentos a nuestras promociones las cuales estaremos enviando vía e-mail.

**No pierdas la oportunidad de visitarnos en:**

[www.tiendatopdata.com.mx](http://www.tiendatopdata.com.mx)



Lago Ginebra#96, Col. Pensil Sur,  
Del. Miguel Hidalgo, C.P. 11490 México D.F.





# LUGUER

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO

## Discover the Edge. Smart Solutions. Real Business.

### Our Expertise:

Rittal offers modular and scalable Data Center solutions, including engineering, production, project management and services - all that from a single rack to a complete virtual Cloud Data Center.

### Your Benefit:

Rittal offers highest availability, top quality to international standards and a worldwide production- and logistics network to its national and global customers.

¡Síguenos!



[www.luguer.com](http://www.luguer.com)

[luguer.mex@luguer.com](mailto:luguer.mex@luguer.com)

[www.rittal.com](http://www.rittal.com)