

28

*Aniversario*

**eSemanal**

NOTICIAS DEL CANAL



# Impresoras de Tinta Continua HP

Imprime grandes volúmenes a un costo por página extremadamente bajo<sup>1</sup> en las impresoras con Tanques de Tinta HP, que se recargan sin derrames<sup>1</sup> ni desastres.



HP Smart Tank 615

## Impresoras HP Smart Tank

Imprime grandes volúmenes fácil y rápido<sup>1</sup> desde cualquier dispositivo móvil a través de la HP Smart App<sup>2</sup>.

Imprime hasta 12,000 páginas con la tinta incluida en la caja. Hasta 3 años de tinta.<sup>3,4</sup>

Alimentador automático de documentos.

## Impresoras HP Ink Tank



Imprime hasta 8,000 páginas a color o 6,000 páginas en negro.



Fácil impresión móvil con HP Smart App.



Sin derrames, sin desastres.



Imprime, escanea y copia.



HP Ink Tank 415

Tú haz lo tuyo, nosotros lo imprimimos.  
Encuétralas en tu distribuidor autorizado.  
Visita [www.hp.com.mx/smarttank](http://www.hp.com.mx/smarttank)

© Copyright 2020 HP Development Company, L.P. <sup>1</sup>Para más información visita: [hp.com.mx/smarttank](http://hp.com.mx/smarttank) <sup>2</sup>Requiere la descarga de la aplicación HP Smart. <sup>3</sup>Resultados basados en la metodología de HP y la impresión continua de páginas de prueba ISO/IEC 24712. No basado en el proceso de pruebas ISO/IEC 24711. Se requiere una botella de tinta negra adicional para imprimir 8,000 páginas de prueba en color. <sup>4</sup>El rendimiento real varía en función del contenido que se imprima y de otros factores. Se utiliza una pequeña cantidad de la tinta incluida en las botellas para iniciar la Impresora. Para obtener más información acerca del llenado y del rendimiento, consulte [hp.com/go/learnaboutsupplies](http://hp.com/go/learnaboutsupplies). <sup>5</sup>Para más información visita: [hp.com.mx/tanquesdetinta](http://hp.com.mx/tanquesdetinta) Para obtener más información sobre los requisitos de impresión local, consulta [hp.com/go/mobileprinting](http://hp.com/go/mobileprinting).



Javier Rojas •

## eSemanal, 28 años de impulsar al canal

Con esta edición y en medio de un momento tan importante en el mundo, celebramos un año más de trabajo, en el que hemos informado sobre el acontecer de nuestra industria de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

Hoy más que nunca estamos convencidos de la importancia de la tecnología para la sociedad. En medio de estas crisis epidemiológica y económica, las diferentes herramientas se convierten en verdaderos instrumentos de productividad, colaboración, continuidad del negocio, entre muchos otros.

Por ello, reconocemos la importancia del canal de distribución, por ser los portadores de innovación y desarrollo, quienes en conjunto con los mayoristas y fabricantes, integran soluciones para necesidades específicas de los usuarios.

En esta edición de aniversario, el equipo editorial de **eSemanal** destaca la importancia de las mujeres

y los hombres que forman parte de nuestra industria, su lado humano, su liderazgo, su conocimiento y su solidaridad.

Aprovecho esta oportunidad para agradecer la preferencia del canal de distribución, así como reiterar nuestro compromiso de continuar la búsqueda de oportunidades de negocio y mantenerlos informados sobre el acontecer de la industria, las tendencias tecnológicas y nuevos desarrollos. También, agradezco la confianza a nuestros socios comerciales y les reitero que seguimos innovando en nuestros productos y servicios especializados de marketing digital para el canal, alineados a sus estrategias personalizadas.

El equipo de **eSemanal** está comprometido y seguiremos trabajando por el bien de esta grandiosa industria.

**¡Muchas gracias!**

# 28 ANIVERSARIO DE eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

LinkedIn/eSemanal



## ENTREVISTAS DE LÍDERES

**8 Desafíos PARA  
VENDER MÁS**

**28 MUJERES EN LA  
INDUSTRIA TIC, talento  
y profesionalismo**

## REPORTAJES

**18** En 2020, el negocio  
del mayorista está  
en **DIVERSIFICAR SU  
PORTAFOLIO, ADOPCIÓN  
TECNOLÓGICA Y  
SERVICIO CONSULTIVO**

**36 SIN TECNOLOGÍAS  
PARA MISIÓN CRÍTICA,  
la pérdida del Centro de  
Datos oscila en los 300  
mil dólares por hora**

BÚSCANOS EN:



/NOTICIASDELCANAL



/NOTICIASDELCANAL



ESEMANAL



ESEMANAL

WWW.ESEMANAL.COM

### DIRECTORIO

**Editor** Alvaro Barriga 55 5090-2044 alvaro.barriga@khe.mx **Reporteros** Anahí Nieto 55 5090-2046 anahi.nieto@esemanal.mx

Raúl Ortega 55 5090-2059 raul.ortega@esemanal.mx **Redacción Web** Claudia Alba 55 5090-2044 claudia.alba@khe.mx

**Diseño** Carmen Núñez 55 5090-2058 carmen.nunez@khe.mx | Diego Hernández 55 5090-2061 diego.hernandez@khe.mx

**Director General** 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

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

Gilberto Espino 55 5090-2055 gilberto.espino@khe.mx **Suscripciones** Irma Ruíz 55 5090-2049 suscripciones@khe.mx **Distribución** Marcelino Santillán

*¡Gracias por su preferencia!*

*28 años informando al canal*



**eSemanal**  
NOTICIAS DEL CANAL

# Canon



## CAPTURA, IMPRIME Y COMPARTE



Valeria Moreno  
valeria.moreno@ctin.com.mx



Alejandra Ibarra  
eibarra@grupocva.com

**DAISYTEK™**

Mónica Clemente  
mclemente@daisytek.com.mx



Raul López  
raul.lopez@dcm.com.mx



Hugo Lazos  
hlazos@exel.com.mx

**EOS  
REBEL T7**

**PowerShot  
ELPH 180**

**PIXMA Serie G**



Imprime, copia y escanea con G7010 y GM4010<sup>1</sup>



**8,300<sup>2</sup>**  
Páginas B/N

**7,700**  
Páginas a color

**2,200**  
Fotos



<sup>1</sup> Multifuncional B/N con opción de impresión a color. <sup>2</sup> Impresión en modo economía.

**INGRAM**  
micro

Andrea Murillo  
andrea.murillo@ingrammicro.com

**tonivisa**  
SU SOCIO DE NEGOCIOS

Veronica Rivera  
vrivera@tonivisa.com

Conoce las posibilidades que tenemos para ti.

[canon.com.mx](http://canon.com.mx) f /canonmexicana @CanonMexicana

# DESAFÍOS PARA VENDER MÁS

LA PANDEMIA GLOBAL DE COVID-19, LAS CAÍDAS DEL PRECIO DEL PETRÓLEO Y DE LAS BOLSAS DEL MUNDO, LA VOLATILIDAD DEL VALOR DEL DÓLAR Y LA POCA INVERSIÓN EN INNOVACIÓN POR PARTE DEL GOBIERNO, COMPLICAN LA SITUACIÓN DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN; ALGUNOS DIRECTIVOS DE FABRICANTES Y MAYORISTAS, DAN ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA AFRONTAR ESTA DIFÍCIL SITUACIÓN.

## A10

Ofrecer una solución que cumpla técnicamente con los requerimientos de sus clientes, y que al mismo tiempo permita reducir costos, son algunas de las aristas que el directivo incluyó como parte de los desafíos que actualmente enfrentan los canales, además agregó: “La reducción tanto de CAPEX como OPEX es uno de los principales objetivos de los clientes, esto por supuesto sin comprometer técnicamente las soluciones”.

Una de las apuestas que está haciendo la empresa para apoyar a sus canales en este proceso de incertidumbre, es ofrecer soluciones de vanguardia que se adapten a entornos de nube, multinube e híbridos, para ello invitó a los canales para que se acerquen a conocer su portafolio de soluciones, con la intención de potenciar el valor de sus proyectos. Reafirmó su compromiso para vender a través de su esquema de canales y así hacer crecer el negocio, ya que cuenta con un área de asesoría durante el ciclo de venta, lo cual les garantiza el soporte, recursos para vender y aumentar la base de clientes con directrices como creación de campañas creativas para la generación de demanda, además de acercar herramientas de ventas, marketing, capacitación y soporte técnico.

[cgarcia@a10networks.com](mailto:cgarcia@a10networks.com)



**CLAUDIO GARCÍA GAY**  
Country Manager México.

## BROTHER

Los retos o las dificultades a los que se ven orillados los canales cruzan por diversos escenarios, principalmente para las compañías que negocian con otros países, aunque también la economía mexicana se ve afectada en consecuencia, y por su puesto el mercado de impresión no escapa a ello, siendo que la cantidad de materiales impresos disminuyó y con ello el tema de la utilidad para los canales, abriendo así la oportunidad para que éstos, diversifiquen sus productos, de esta forma lo explicó el directivo: “Diversificar los productos en los canales. Una ventaja que nosotros tenemos es que podemos trabajar en diversos segmentos de impresión como son láser, tanque, color, consumibles y equipos para proyectos, entre otros. La idea es hacer diversificación de soluciones, dar más opción a los canales para no quedarse con un tipo de producto, brindar servicio en postventa y enfocarnos en el tema de la utilidad para ellos”.

La recomendación que la empresa extiende hacia con los canales para ayudarlos a afrontar la incertidumbre actual está orientada a enfocarse en productos que les generen mayor margen de ganancia, siendo que anteriormente las compañías se enfocaban en el volumen y ahora urge al canal a centrar su atención en los temas de utilidad para hacer negocios con marcas rentables y de esta forma asegurar sus inversiones. No está por demás mencionar que esto también permite habilitar la continuidad de las empresas, abriendo el espectro de más oportunidades de negocio.

El estar en contacto con sus socios comerciales le ha permitido a Brother alcanzar sus metas de forma conjunta y conocer de cerca los padecimientos del canal. “La idea es incrementar las operaciones, pero también incrementar la utilidad de los canales”, aseguró.

Cabe mencionar que el crecimiento de la marca en 2019 alcanzó el 25%, en un contexto en el cual el mercado no creció, por el contrario, se contraía. Así bien, este crecimiento dejó ganancias importantes a sus canales que caminan en la misma dirección, expresándose sobre Brother como un socio que les deja índices de ganancia por arriba de los regulares en el mercado.

“Hemos hecho el trabajo de apoyar a los socios comerciales, en este sentido, hemos sido recompensados con el crecimiento”.

[jperera@brother.com.mx](mailto:jperera@brother.com.mx)



**ANDRÉ DIAS**  
Presidente en México

## ACER

“Los desafíos en estos tiempos son distintos, por una parte es muy probable que los más afectados sean los canales que funcionan en la manera tradicional y con pocas transacciones digitales. Por otro lado, los que venden de forma electrónica estarían beneficiándose e incluso aumentando sus ventas”, así lo aseguró el director.

Actualmente los mayoristas tienen inventarios limitados por la situación en China, además de la paralización de los embarques, lo cual ha traído como consecuencia que el producto que está disponible comience a diluirse rápido. “Para finales de abril o mayo se agotará la disponibilidad y se complicarán las cosas”.

Acer ve difícil la estimulación al canal por el tipo de cambio, ya que ellos pagan a las fábricas en dólares, aunque la empresa resaltó estar buscando alternativas para los clientes, oportunidades de negocio y traspasarlas al canal, así bien les recomienda prepararse para lo que viene, adoptando nuevas formas de pensar y trabajar; además la empresa reiteró su compromiso para vender a través de los canales y seguir en la búsqueda de productos que estén en sintonía con las necesidades del mercado.

Por último, afirmó que todo el staff de la marca está disponible para apoyar al canal, brindando apoyo y asesorías, para que mantengan la continuidad de su negocio.

[israel.hernandez@acer.com](mailto:israel.hernandez@acer.com)



**KEES VAN RONGEN**  
Director en México

## CANON MEXICANA

Para el directivo, la sociedad está atravesando por un momento de transición, de cambio, en el que todos se deben adaptar a las nuevas circunstancias que hay, además, en Canon procuran estar pendientes de las necesidades de cada uno de sus canales y les ayudan a enriquecer las áreas de oportunidad.

“Desde hace años tenemos un programa para los resellers que les brinda un apoyo por alcance de cuota, de igual forma, proporcionamos precios competitivos en todos nuestros productos”, explicó Oliva.

Agregó que no solamente son conocidos por ofrecer precios bajos, sino también por el seguimiento y servicio que brindan a cada uno de sus clientes. Parte de las recomendaciones que el directivo dio a conocer fueron: “poner más foco y centrarse en lo que se está haciendo”, dijo que si antes se trabajaba al 100%, ahora se debe hacer al 120 o 130%.

“Somos una marca que te va a generar un profit y una rentabilidad saludable, además, somos los únicos que te brindan desde la captura hasta la impresión de las imágenes, eso nos diferencia, el tener desarrollado muy bien los mercados de fotografía y de impresión”, puntualizó el directivo.

[voliva@cusa.canon.com](mailto:voliva@cusa.canon.com)



**VÍCTOR OLIVA**  
Gerente Senior del Canal de Mayoreo

**Verbatim.**  
Tecnología Confiable.

¡NO JUEGUES! ¿Ya 28 años?

Solo los mejores Gamers usan Verbatim y MadCatz  
Atrévete y apuesta por los accesorios que los Gamers buscan.



FELICIDADES A

MadCatzLAR   
Verbatim Latino   
Verbatim Mexico

[jorge.gonzalez@verbatim.com](mailto:jorge.gonzalez@verbatim.com)  
(55) 4598 5024  
[carlos-valdez@verbatim.com.mx](mailto:carlos-valdez@verbatim.com.mx)  
(55) 5508 7094

[www.verbatim-latinoamerica.com](http://www.verbatim-latinoamerica.com)

Por su **28** aniversario **eSemanal**  
NOTICIAS DEL CANAL

## CT INTERNACIONAL



**SAÚL ROJO**  
Director General

El directivo mencionó al Coronavirus (COVID-19) como una de las principales situaciones que está causando enormes daños, en cuanto a la salud de la población y las grandes secuelas que dejará en el campo económico.

Rojo dijo que muchas empresas, y en especial algunas PyMEs, no podrán salir adelante en esta etapa complicada, y ello traerá consigo un impacto en la industria, ya que refirió a ese sector como “el gran motor de la economía mexicana y uno de los que más demandan y requieren tecnología; representan el 97% de las empresas en el país”.

Opinó que el primer año de cada sexenio es una parálisis en el ejercicio del presupuesto, en la compra de bienes y servicios informáticos, explicó que ésta ha sido la más dura. En el 2019 no hubo crecimiento y la generación de empleos fue prácticamente nula, explicó; ello sumado a la guerra del petróleo.

CT sigue brindando capacitaciones, webinars; llevan a cabo un proceso de transformación digital y han fortalecido su portafolio de productos, soluciones y servicios, además de implementar servicios financieros y modelos As a Service para apoyar al canal.

“Estamos comprometidos con la industria para que a través de nuestras 52 sucursales, nuestros tres grandes centros de distribución, y haciendo uso de nuestro brazo logístico, llevar las mejores soluciones y servicios de TI a todo México”, finalizó.

## CVA

Los principales retos para poder vender más es la inseguridad física y económica, lo cual afecta las inversiones, dejando incertidumbre sobre la continuidad de sus negocios, así lo aseguró el director, quien agregó: “Existe fuga de capitales en el país, por lo que nosotros vemos como importante saber a qué nicho nos vamos a enfocar, definir en dónde somos expertos para poder enfocarnos a eso, para sacar mejor provecho en las capacidades que tenemos. Por otra parte, el COVID 19 nos está afectando, ahorita no se siente tanto, pero unos meses más adelante veremos cómo se detienen las importaciones de Asia y eso sí que afectará”.

CVA está ayudando a sus canales con mejores créditos, apoyándolos a vender y darles confianza invirtiendo en ampliar el catálogo, contratando personal para desarrollar las marcas, atendiendo sus peticiones y generando oportunidades de negocio, ya que están convencidos de invertir y apostar en el país, principalmente en los canales para lograr un ganar-ganar.



**ADOLFO MEXÍA**  
Director Comercial

## CYBERPOWER

Según el director, el factor económico es fundamental y explicó que el crecimiento a nivel macroeconomía no ha impactado del todo en la industria de TI y que sí ha sido visible una disminución en el comportamiento de compra y en la ejecución de proyectos macro debido a la incertidumbre de este 2020.

Ya que lo anterior inhibe la posibilidad de un crecimiento ambicioso, en CyberPower idean alternativas para incentivar las ventas al impulsar el valor agregado ligado a algunas líneas de producto que permitan a los distribuidores incorporar servicios y así incrementar sus proyectos. Ello implica un mayor nivel de profesionalización de los partners y certificaciones.

Sánchez explicó que existen diversos modelos de negocio que han surgido en los últimos años y se orientan a los servicios; en el área de energía puede que estos no apliquen al 100%, pero resulta una pauta para desarrollar otros esquemas.

“Nos hemos consolidado como una marca de un alto nivel de calidad, competitiva en cuanto al precio y diversificada en nuestro portafolio, contamos desde soluciones básicas de respaldo de energía hasta soluciones robustas para centros de datos de diversas capacidades”, mencionó Sánchez.

El fabricante lanzará un programa de capacitación y certificación tanto técnica como comercial y un programa de lealtad, además de otros apoyos como acompañamiento o precios especiales.

[alejandro.sanchez@cyberpower.com](mailto:alejandro.sanchez@cyberpower.com)



**ALEJANDRO SÁNCHEZ**  
Director General en México

astro

# A10

JUEGA EN UNA  
DIMENSIÓN  
DE ALTO NIVEL

DISPONIBLE EN:



COMPATIBLE:  
PS4, XBL, PC, MAC



## AUDÍFONOS CON MICRÓFONO DISEÑADOS PARA JUGADORES



CONSTRUCCIÓN  
RESISTENTE



CONFORT DURADERO



MICRÓFONO VOLTEABLE  
PARA SILENCIAR



OPTIMIZADOS CON  
ASTRO AUDIO



DISEÑADOS PARA JUEGOS,  
STREAMING Y VR

[WWW.ASTROGAMING.COM/ES-MX](http://WWW.ASTROGAMING.COM/ES-MX)

## HP INC.



### VANESSA GONZÁLEZ

Directora de Canales  
Comerciales y PyME.

Para la directora, uno de los principales retos para el canal es contar con las herramientas adecuadas para adaptarse a una economía en constante cambio. Su desafío es liderar en ventas y la habilitación de estrategias que les permitan seguir reinventando su camino hacia las tendencias del mercado.

Tener, por ejemplo, mayor enfoque en las megatendencias, cambio continuo de ventas transaccionales a ventas contractuales, habilitar el mejor ecosistema para los socios de negocio de cara a nuevas tendencias del mercado como la omnicanalidad, tomar el manto de la responsabilidad social y exigir mayores expectativas de los líderes corporativos.

HP Inc. se ha dedicado a que sus socios se adapten a las nuevas tendencias, para lo cual han habilitado herramientas en línea y capacitación, además las estrategias para los canales seguirán siendo constantes, al mismo tiempo que se mantiene la apertura de nuevos modelos de comercialización para la continuidad de los negocios.

“En HP siempre ha existido una alineación con nuestros socios, los planes de negocio, y marketing, así como las inversiones, están enfocadas a las prioridades estratégicas que al inicio de cada año compartimos con nuestros partners, de esta manera conseguimos el mayor retorno de inversión en conjunto. Trabajamos así para realizar eventos de generación de demanda en diferentes ciudades que generan nuevos leads que apoyen al canal en la búsqueda de nuevos clientes”: afirmó González.

Además, las prioridades del fabricante han sido impulsar su crecimiento rentable en impresión y PS en los portafolios de consumo y comercial, también generar disrupción en el mercado de las copadoras con iMPS / A3, impulsar el crecimiento de DaaS, acelerar el liderazgo en especialidades y periféricos (attach) y expandir la programación de omnicanal con experiencias interactivas de clientes en línea.

HP Inc. tiene una alineación estratégica con Américas en la penetración de mercado con impresión 3D y la manufactura digital; “consideramos que uno de los sectores en el que vemos mucho potencial sin duda son las PyMEs, por ello, creemos firmemente en la estrategia de reactivar la economía desde nuestros socios de canal de la mano de las PyMEs para fomentar la expansión de este segmento”, afirmó González.

“En HP Inc. estamos convencidos que los socios de negocio son una pieza clave para alcanzar objetivos en conjunto”, agregó la directora, por lo cual ofrecen programas de capacitación como el Partner First; Programa Xclusive, donde se reconoce a los socios que tengan a HP Inc como marca exclusiva; el Programa Experto, iniciativa de capacitación intensiva; y Programas Especiales, adicional a las certificaciones y membresías para impulsar alguna línea estratégica.

[vanessa.gonzalez@hp.com](mailto:vanessa.gonzalez@hp.com)

## INDUSTRIAS SOLA BASIC

De acuerdo con el directivo, al existir una gran diversidad de canales, estos deben enfocarse hacia mercados o nichos específicos con una oferta diferenciada de productos y servicios que den a los clientes una serie de valores agregados. Asimismo, el canal debe trabajar en el servicio al cliente para que esté satisfecho y vuelva a comprar los productos de la marca.

Además, Gabbai encuentra una gran rotación de personal en el área de ventas de los canales, lo que puede resultar en un impedimento para lograr sus objetivos, por lo que en Sola Basic brindan capacitaciones en los productos. El fabricante también asesora a sus socios en proyectos específicos y tiene programas especiales de producto para áreas particulares y la comercialización de productos para mercados o usuarios que busquen ese tipo de aplicaciones.

Algunas recomendaciones que el directivo dio a los canales fue tener una cobertura amplia, tanto geográfica como en soluciones, para satisfacer diferentes mercados o capacidades de los usuarios finales.

“Atravesamos una etapa de incertidumbre, nos vemos confrontados a una pandemia y una posible crisis económica; eso nos obliga a ser mejores y actuar proactivamente cada quien en su ámbito de negocio para mantenernos funcionando y cooperando en lo que podamos en el desarrollo del mercado”, finalizó.

[jmgabbai@isbmex.com](mailto:jmgabbai@isbmex.com)



### JEAN MARIE GABBAI

Gerente Nacional de  
Ventas de la línea de Energía.

## INTCOMEX

“Una de las amenazas más importantes dentro del canal es el tipo de cambio, en cuanto al dólar, como bien sabemos, es una de las monedas predominantes dentro de la bolsa, pero no por ello vamos a dejar de impulsar las ventas”, es parte del escenario que vislumbró la ejecutiva, quien agregó: “Inteligentemente nosotros realizamos las compras antes de que pasara esto y afortunadamente podemos proteger los precios con base en las compras que nosotros habíamos tenido al día de hoy”.

Así bien, Intcomex se preocupa por sus clientes y busca darles confianza, por ello les ofrece el soporte, promociones y oferta de soluciones que caben en la brecha de salud que enfrenta el país, como son equipos para home office, además insistió en no comprar por llenar sus almacenes, si no hacerlo de forma estratégica, siendo que la empresa está operando al 100% y tiene suficiente producto. Finalmente afirmó: “En esta época en que la economía y el pánico está sucediendo, muchas compañías no pueden dar el servicio por miedo a que haya un contagio, pero hemos tomado como empresa todas las medidas para tener un buen proceso de logística, de servicio y las medidas sanitarias, entonces podemos cubrir la demanda”.

[ayuda.mx@intcomex.com](mailto:ayuda.mx@intcomex.com)



**SANDRA MENDOZA**  
Gerente de Marketing

## LENOVO

De acuerdo con el directivo, se debe dar continuidad al negocio pero no de la manera tradicional: “creo que estamos viendo un cambio en las empresas, a veces forzado, y debemos adaptarnos rápidamente”.

Comentó que se ha tenido en la industria una reducción de la demanda de productos y servicios, pero también han aparecido oportunidades, por lo que opinó que es un mes récord en la venta de equipos portátiles.

“Trabajar a distancia es complicado si no tienes las herramientas adecuadas, pero en gran parte de los ecosistemas, ¡se puede! Sabemos que todos tenemos que cubrir compromisos importantes como es nómina y mantenimiento de créditos, etcétera, para mantenerse vigentes, pero también busquemos algunos negocios que nos permitan alcanzar objetivos en el corto plazo, aunque no representen un gran volumen”, explicó.

Añadió que dada la volatilidad que se tiene por el tipo de cambio, algunas empresas están priorizando inversiones sobre tecnología y ahí es donde el canal, como asesores, deben acompañar a esas PyMEs o pequeños corporativos a encontrar las mejores alternativas que beneficien y maximicen su inversión, pues el hecho de que sigan trabajando con tecnología obsoleta también es un riesgo operativo y de seguridad para ellos.

El inventario que se tiene hoy dentro de los mayoristas aún no tiene toda esa afectación del tipo de cambio, por lo que es buen momento para incentivar a los clientes a tomar parte de ese stock, invitó Hernández.

“Estamos extendiendo algunas condiciones de nuestros programas de Lenovo Engage con la intención de dar espacio a los canales a generar todos los trámites de cambio de Lenovo Checks, por ejemplo, pero seguimos buscando maneras de estar acompañando al canal”, enfatizó.

Dijo que la marca cuenta con un portafolio robustecido, con más opciones para que los canales tengan una variedad de configuraciones que se adapten fácilmente a las necesidades del tipo de cliente que estén atendiendo.

Además, procuran encaminar e incentivar a sus distribuidores y no sólo a mantenerse capacitados con cursos en línea, sino a trabajar en conjunto para tener una planeación y una oferta de servicios integral que permita balancear las negociaciones con los clientes y así mantener relaciones comerciales a largo plazo.

Hernández sugirió buscar estrategias para las empresas que no estaban preparadas para una situación como la actual, además a maximizar los recursos humanos desde casa buscando clientes de manera telefónica y recuperando algunos que quedaron en el olvido.

[chernandez@lenovo.com](mailto:chernandez@lenovo.com)



**CÉSAR HERNÁNDEZ**

Director de Ventas SMB  
y Canales en México.

## KOBLENZ



**HUGO MORALES**

Director de Canal  
de Cómputo.

El directivo consideró que los principales retos que enfrenta el canal en 2020 están focalizados a conseguir nuevos nichos de negocios: “el año se vislumbra difícil para los negocios tradicionales con los que contaba el canal de TI”, dijo.

Agregó que en gobierno se proyectaban inversiones en el área de TI para este año; sin embargo, dada la crisis del coronavirus, el desplome del precio del petróleo y el tipo de cambio, los recursos se priorizarán a otros rubros más urgentes. Por ello, Morales mencionó: “el canal debe de ser más eficiente en los procesos de venta y empezar a involucrarse en temas de ecommerce, homologación de productos para canales corporativos y, en el caso de los proveedores de energía, enfocarnos a integradores de soluciones eléctricas”.

Para el segundo semestre, el canal deberá tener capacitaciones más eficientes en línea; por ello, Koblenz lanzará un programa semanal on line y un esfuerzo por mantener competitivos los precios. Además, el fabricante cuenta con programas de lealtad con premios de productos, esquemas de apoyos en precio por proyectos, así como valores agregados de precio y equipos semilla en esquemas interesantes.

“Es tiempo de buscar nuevos negocios, diversificar y explorar nuevas posibilidades, como es la venta de sistemas para soluciones home office. Buscamos que el canal, en tiempos difíciles, vea en Koblenz un fabricante comprometido en no sacrificar márgenes del canal”.

[moralesh@koblenz.com](mailto:moralesh@koblenz.com)

## LOGITECH

Para la marca, existen retos externos que no se pueden controlar, como el Coronavirus (Covid-19), el cual ha empezado a afectar, no sólo con la cancelación de eventos y viajes, sino por las ventas, donde muchas marcas comienzan a “levantar la mano”.

La directiva mencionó como otros desafíos para el canal a la merma en compras gubernamentales y el cambio constante de tecnología que existe, ya que resulta complicado para los socios y sus equipos de trabajo mantenerse al día.

En Logitech, las acciones que llevan a cabo para apoyar a los canales de distribución son no dejar de invertir, incluso en las situaciones inquietas suelen hacer apuestas importantes para ayudar al canal, por ejemplo en las capacitaciones técnicas, comerciales y de trato al cliente.

La directora recomendó al canal invertir en la capacitación de sus recursos humanos, en la comunicación digital y recursos en las categorías que tienen crecimiento como videocolaboración o gaming, donde México ocupa el lugar 12 a nivel mundial.

Ortiz finalizó diciendo que se enfocan en las cosas que sí se pueden controlar y en ayudar al canal a crecer, para lo cual les ofrecen productos innovadores y de calidad, programas de lealtad y promociones.

[dortiz@logitech.com](mailto:dortiz@logitech.com)



**DESIRÉE ORTIZ**

Directora General en México.

## SYNNEX

Para el directivo, los principales retos que enfrenta la industria TIC este año son la epidemia del Covid-19 y la severa crisis económica que amenaza a México.

Mencionó que para enfrentar de mejor manera los retos de este 2020, en Synnex México apoyarán a sus distribuidores con opciones de financiamiento para grandes proyectos de los sectores público y privado, así como un portafolio de soluciones tecnológicas más especializado que, además de cómputo y comunicaciones, incluye tecnología especializada para el sector salud, educación y biométricos.

“Este año será importante mantener gastos operativos bajos, ampliar nuestro portafolio de soluciones y evolucionar nuestro modelo de negocios de acuerdo a la tendencia de productos ‘As a Service’ y servicios en la nube”, explicó Lara.

“Queremos consolidarnos como una de las mejores opciones en financiamiento de proyectos y tecnología especializada en mercados verticales”, finalizó el directivo.

[hectorl@synnex.com.mx](mailto:hectorl@synnex.com.mx)



**HÉCTOR LARA**

Director General en México

## TRIPP LITE

Actualmente el Coronavirus llegó a frenar los proyectos y a ocasionar pérdidas significativas para las bolsas del mundo y la industria; aunado a un año como el pasado en el que no hubo inversión por parte del gobierno mexicano; por el contexto, el directivo anticipó que este 2020 tampoco habrá.

Por lo tanto, la compañía se ha dedicado a buscar proyectos, aunque Tron dijo que mientras estos sean más largos son más riesgosos, en especial cuando intervienen variables que no habían afectado en mucho tiempo, como el tipo de cambio.

Para apoyar a sus canales de distribución, Tripp Lite busca estar más cerca de ellos, les brinda webinars, entrenamientos, prospecta al canal y busca tener un mayor número de contactos y alianzas.

Las recomendaciones que Juan Luis Tron dio a los canales fueron: entrenarse, prospectar, decidir la estrategia que llevarán a cabo en el futuro, ajustar su estructura a la realidad, adelantar trabajo y ver las áreas de oportunidad para atender nuevos mercados.

El directivo agregó que tendrán ventaja aquellas compañías que tengan inventario, ya que en China ya hay tiempos de entrega de 16 semanas; dijo que Tripp Lite tiene ventaja sobre la competencia y se han enfocado en verticales de negocio en lugar de producto y que están atacando todos los nichos.



**JUAN LUIS TRON**

Director General en México

## VERBATIM

A decir del directivo, los retos que enfrenta el canal están divididos en diversos escenarios: por la parte internacional, se está viendo una contracción en los mercados por la guerra comercial entre China y Estados Unidos, y que como socios mayoritarios sufren las consecuencias, aunque el principal lastre está relacionado con la innovación.

“Lo que está faltando hoy en día en el canal y las marcas es básicamente más de innovación en los productos. Hay muchas formas de venta, diversos canales, variados sistemas de financiamiento y por ese lado creo que la oferta está bien ocupada, pero veo la falta de innovación en el producto, en general, para hacerlo más atractivo y llamar al usuario final aumentar sus niveles de compra”.

Con nuevas líneas de productos orientadas al nicho de Gaming, para consolas como Nintendo Switch, Nintendo Live y accesorios compatibles con estas consolas, la marca busca que el canal tenga una oferta amplia y concretar nuevos negocios, asimismo Verbatim aconseja buscar horizontes inexplorados y no quedarse estático con su mercado ya cautivo. Finalmente, la empresa ofrece sus 26 años de experiencia para hacer negocios con los canales.

[jorge.gonzález@verbatim.com](mailto:jorge.gonzález@verbatim.com)



**JORGE GONZÁLEZ**

Director de Ventas  
en América Latina.

## WD

Las faltas de financiamiento en algunos proyectos grandes y de especialización, son los principales desafíos que el directivo identificó para los canales, por lo cual, en Western Digital se han dado a la tarea de auxiliarlos.

El fabricante brinda opciones de financiamiento adicionales a través de los canales de mayoreo o bancos que soliciten menos trámites y sean ágiles para llevar a cabo los proyectos.

“La tecnología ha avanzado y vemos por desgracia que muchos canales no han evolucionado conforme el mercado; se quedan vendiendo únicamente soluciones pequeñas y no han buscado evolucionar hacia soluciones más grandes donde se exige una mayor especialización, pero también hay un retorno de utilidades mayor”, dijo Alexandri.

Por ello, la empresa incentiva la capacitación de los partners con entrenamientos a mayoristas y canales; el directivo mencionó que cada vez se requiere almacenar más información, por lo cual se necesita un canal más preparado, que distribuya soluciones enterprise.

“Western Digital es la empresa que puede proporcionar toda la gama completa de almacenamiento; con más de 8 mil patentes, somos una de las compañías con el portafolio más fuerte del mercado, prácticamente tenemos soluciones para cualquier necesidad”, finalizó el director.

[Eduardo.alexandri@wdc.com](mailto:Eduardo.alexandri@wdc.com)



**EDUARDO ALEXANDRI**

Director en México,  
Centroamérica y Colombia

# Ofrece el equipo láser ideal para cada **tamaño** de negocio



**MEDIUM**

Para negocios que crecen y exigen más



DCP-L2551DW

## Alto rendimiento para tu negocio

- Gran productividad.
- Rendimiento altísimo.
- Conectividad simplificada.

36 ppm



4,500 págs.  
Tóner inicial



ADF 50

Conoce más



[impresionlaserbrother.com.mx](http://impresionlaserbrother.com.mx)

## El tóner con precio muy bajo

- Nueva tecnología de tóner.
- Ahorro significativo.
- Conectividad total.

36 ppm



2,600 págs.  
Tóner inicial



ADF 50



tonerbenefit



**Tubo Intercambiable**  
Compacto y fácil de reemplazar

DCP-B7535DW



Comercializadora de Valor Agregado

DAISYTEK





Soluciones para negocios que requieren funciones avanzadas

### Productividad y alto volumen

- Para volúmenes de impresión más altos.
- Pantalla táctil de 1.8" para seguridad de impresión con NFC.
- Impresión desde la nube.



HL-L6400DW\*  
\*solo impresora

- 52 ppm
- Acceso a servicios en la nube
- Secure Function Lock
- 20,000 págs. Tóner ultra alto rendimiento
- NFC y USB
- GB Ethernet



DCP-L5650DN

- 42 ppm
- Acceso a servicios en la nube
- FULL DÚPLEX ADF 70
- Secure Function Lock
- 12,000 págs. Tóner súper alto rendimiento
- GB Ethernet

### A la altura de tus necesidades

- Customización de flujo de trabajo.
- Escaneo a aplicaciones de terceros.
- Seguridad en impresión.



Conoce la gama completa de productos y soluciones MPS en

### Alto volumen, bajo costo

- Customización de flujo de trabajo.
- Escaneos a aplicaciones de terceros.
- Seguridad de impresión a través de NFC.



MFC-L6900DW

- 52 ppm
- Acceso a servicios en la nube
- FULL DÚPLEX
- Secure Function Lock
- ADF 80
- 20,000 págs. Tóner ultra alto rendimiento
- NFC y USB
- GB Ethernet



[solucionesbrother.com.mx](http://solucionesbrother.com.mx)

Encuentra los equipos MPS en



Comercializadora de Valor Agregado



# EN 2020, EL NEGOCIO DEL MAYORISTA ESTÁ EN DIVERSIFICAR SU PORTAFOLIO, ADOPCIÓN TECNOLÓGICA Y SERVICIO CONSULTIVO

- DIVERSIFICACIÓN HACIA SEGURIDAD, NUBE, SERVICIOS ADMINISTRADOS O IOT
- MAYORISTAS SON O ESTÁN EN PROCESO DE SER HÍBRIDOS
- LA CRISIS DE SALUD PÚBLICA Y SUS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

**Autor:**  
Raúl Ortega

**E**l año 2019 fue poco halagador en general para las ventas de los mayoristas, por lo que en la década que inició deben retomar la senda del crecimiento, lo cual implica diversificación a otros segmentos de negocio.

Antes de que comenzará el año en curso, se creyó que habría mejores condiciones económicas, lo cual incluía la confianza en los mercados para realizar inversiones que permearan en el sector privado como público, así bien, en este último se esperó el ejercicio del presupuesto por parte del Gobierno Federal con las asignaciones directas, para echar andar la economía interna del país, aunque esto no ha tenido los resultados esperados y aún menos con los problemas de salud que se enfrentan, debido al COVID-19. De este contexto no puede escapar la industria TIC, en específico los mayoristas que en 2019 sufrieron las peores afectaciones y estragos, por consiguiente, en la nueva década tendrán que sumar esfuerzos para retomar la senda del crecimiento.

Para comenzar es significativo destacar que existen dos tipos de mayoristas, los de volumen y los de valor, donde los primeros dentro de un plano cartesiano se ubican en el eje de las X y los segundos en Y, entonces a mayor volumen, menor valor y viceversa, así mismo, es cierto que cualquiera busca otorgar ambas cualidades a sus canales, aunque algunos se inclinan hacia el lado vertical, mientras otros al horizontal, sin embargo, también existen los que combinan ambos beneficios.

Volumen frente a valor. He ahí la cuestión. Parece un planteamiento elemental, pero si se analiza a fondo, ambos modelos de negocio tienen elementos a favor y en contra que pueden determinar hacia dónde se inclina la balanza de los ingresos y beneficios. Y ésa no es una cuestión superficial. Así, aunque a priori parezca que la decisión es clara, puesto que

los márgenes parecen estar del lado del valor, si no hay volumen en un negocio, los pilares sobre los que descansa el mismo podrían ser débiles. Aunque también existe quien cree que la virtud está en el término medio y que la fórmula del éxito radica en la perfecta combinación de volumen y valor.

## Mayoristas de volumen

Lo más importante es principiar diciendo que las empresas a lo largo del tiempo han diseñado, actualizado y ajustado planes estratégicos para darle continuidad a sus negocios, como la incorporación de servicios destacados para el canal y logísticas efectivas, son algunos de los objetivos del Grupo Comercializadora de Valor Agregado (CVA), que destacó su Director Comercial, Adolfo Mexía: “La logística es importante. Debemos ser efectivos en las entregas y tener el producto donde debe estar. Es una de las partes más importantes que un mayorista debe tener”.

“ACTUALMENTE TENEMOS DOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN UBICADOS EN CIUDAD DE MÉXICO Y GUADALAJARA, AUNQUE RENTAREMOS OTRO MÁS GRANDE, TAMBIÉN EN TIERRA TAPATÍA, PARA AUMENTAR NUESTRA EFECTIVIDAD”: **ADOLFO MEXÍA.**



Dado que las estrategias comerciales se convirtieron en la piedra angular de los proyectos emprendidos por las empresas, también es trascendental las formas en cómo definen su rol de mayoristas en los tiempos que corren, siendo que algunos lo encaminan hacia la detección de coyunturas para hacer negocio con la finalidad de capitalizarlas, tal es el caso del mayorista CT Internacional, quien busca acentuar la importancia de las oportunidades que tiene el canal al comercializar su portafolio de productos, soluciones y servicios.



“HOY MÁS QUE NUNCA, EN LOS TIEMPOS DE ESCASEZ DE OPORTUNIDADES, DE BAJOS MÁRGENES Y DE ESQUEMAS DISRUPTIVOS EN CUESTIONES DE TECNOLOGÍA, LA FIGURA DEL MAYORISTA SE VUELVE INDISPENSABLE PORQUE TENEMOS QUE PENSAR EN FUNCIÓN DE EFICIENCIAS OPERATIVAS Y ESE ES EL GRAN VALOR QUE PROPORCIONA UN MAYORISTA. HEMOS PERFECCIONADO LA OPERACIÓN Y PONEMOS ESE CONOCIMIENTO, ESA EXPERIENCIA Y ESA PROFESIONALIZACIÓN AL SERVICIO DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN”: **SAÚL ROJO**, DIRECTOR GENERAL DE CT INTERNACIONAL.

No cabe duda que los mayoristas de volumen son un eslabón fundamental en la cadena de distribución, dado que en los proyectos de mayor tamaño, foráneos y con necesidad de cantidades fuertes de insumos, se hace notar su alcance y margen de maniobra para lidiar con este tipo de propósitos, así lo explicó Sandra Mendoza, Gerente de Marketing para Intcomex: “El papel del mayorista radica en que siempre va a tener el stock que se necesite. Entonces, nosotros somos la parte clave para poder distribuir el producto que requiere el usuario final. Les ofrecemos planes de lealtad, tipo de precios, créditos, logística, servicio y almacenamiento”.



“LO QUE ESTAMOS HACIENDO ES SER PROACTIVOS Y YENDO UN PASO MÁS ADELANTE DEL CLIENTE, PORQUE LO QUE NECESITAN ES TENER SU PRODUCTO A LA MANO Y ESO ES LO QUE NOSOTROS ESTAMOS VIENDO PARA EL CLIENTE”: **SANDRA MENDOZA**.

Siendo que algunas de las oportunidades de crecimiento atraviesan por la seguridad física, la ciberseguridad y los temas de hiperconvergencia (construir una infraestructura de servidores, almacenamiento y redes para apoyar la nube híbrida), sería una opción latente para salir del “mal paso” que ya se ha prolongado más de un año y en más de un mayorista, así lo aseguró Ricardo Zermeño, Director General de Select, quien añadió: “Estas son oportunidades, en particular la integración y la operación de la nube híbrida que ofrece mayores márgenes de ganancia, pero que exigen de talento. En ese sentido, uno de los cambios más importantes en el papel de los mayoristas es que se tienen que convertir en catalizadores de un ecosistema de mayor valor agregado, apoyando a las empresas de canal que atienden al usuario final, a los distribuidores, los integradores y VAR’s para llevar esta oferta de mayor especialización”.

# Presentamos los NUEVOS UPS SERIES 2020

Perfectos para  
trabajar en casa

## SI PIDEN PRECIO



### SERIES VS

- Ultra compactos
- Con regulación de voltaje
- Perfectos para la MiPYME

## SI PIDEN VALOR



### SERIES AVRT

- Compactos y confiables
- Con regulación de voltaje
- Perfecto para consolas de juego
- Perfectos para la PYME

## SI PIDEN ALTO RENDIMIENTO



### SERIES ECO

- Energy Star - Ahorradores de energía
- Con regulación de voltaje
- Con puertos de carga USB
- Perfectos para negocios

Contacta a tu Mayorista Autorizado preferido para más información.



Tel.: 55.8910.2850  
 infomxventas@tripplite.com  
 infomxservicio@tripplite.com  
 www.tripplite.com



Powering and Connecting Your World



## LOS DESAFÍOS DE LOS MAYORISTAS EN 2020

**La diversificación de los sectores:** Retomar sin duda los mercados del gobierno federal, los gobiernos de los estados, pero buscar diversificar para atender otros sectores.

**Enfocarse a las nuevas ofertas consolidadas:** Seguridad física, ciberseguridad, servicios en la nube.

**Comenzar con la promoción de innovaciones emergentes:** Como podrían ser el IoT, las soluciones para la casa conectada, el edificio conectado, la ciudad inteligente y la manufactura inteligente que empiezan a crecer.

**Abordar el tema del desarrollo de las competencias en el canal:** para atender la nube híbrida, ofrecer infraestructura hiperconvergente, el software y los servicios para gestionarla.



No cabe duda que apoyar al canal a especializarse y a la vez tener talento especializado dentro del mayoreo que apoyen los proyectos de una manera más cercana, más allá de la reventa de productos y servicios, se convirtió en una moneda de cambio de alto valor actualmente, ya que se abren oportunidades para todos, además de permitir a los mayoristas estar presentes en ambos contextos, lo cual trae consigo más oportunidades de negocio. En entrevista para **eSemanal**, Christian Torres, Gerente de Marketing en CDC dijo: “Estamos buscando las altas capacitaciones y certificaciones de las nuevas tecnologías que vienen a pasos agigantados para adaptarnos y familiarizarnos con las mismas”.

En definitiva algo que queda establecido es que los márgenes cada vez son más complicados y es necesario la aportación de valor dentro de la distribución de los mayoristas, siendo que la tecnología evoluciona y avanza rápidamente, aunque el mercado de volumen esté basado en disponibilidad, precio y logística, cada vez más, las soluciones de valor terminan convirtiéndose en soluciones de volumen. Es consecuencia de la evolución de la tecnología, por tanto, hay una especie de rotación y lo que era valor pasa a ser volumen. En este sentido, también los mayoristas de valor tendrían que estar atentos al enfoque de volumen, en otras palabras, la línea entre uno y otro es menos perceptible hasta convertirse en un sistema híbrido (que es hacia donde todos están avanzando), en el cual los de valor venden volumen y a la inversa.



## Mayoristas de valor agregado

Por otra parte, se encuentran las empresas que ofrecen valor agregado, siendo que regularmente su oferta es especializada para algún tema, lo cual les da seguridad a los canales de encontrar los productos y asesoría para esa vertical de negocio, siendo aquí donde se enlistan varias compañías que con sus portafolios de soluciones penetran en mercados definidos, entre lo que se incluye CompuSoluciones, quien definió su ruta como un avance en conjunto con la cadena de distribuidores, además aseguró la Directora Comercial y Marketing en CompuSoluciones, Ana María Arreola: “Generamos mecanismos de financiamiento y crédito que permitan apalancar las operaciones de los clientes, asegurar la cercanía con nuestros distribuidores para detectar los riesgos y planear el futuro haciendo una apuesta conjunta”.



“ESTAMOS TRABAJANDO CON VALORES DE UN MAYORISTA TRADICIONAL DONDE EL DAR OPCIONES CREDITICIAS Y TENER BUEN STOCK AYUDAN A CERRAR NEGOCIOS. SIN EMBARGO, LO QUE MÁS PROMOVEMOS ES HACER NEGOCIO Y APROVECHAR LAS CAPACIDADES DE TEAM EN TODO SU SENTIDO PARA HACERLOS GRANDES, COMPLEJOS EN TÉRMINOS TÉCNICOS, CON DIFERENTES SOLUCIONES. DESDE EL INICIO DEL CICLO DE VENTA HASTA LA ENTREGA Y OPERACIÓN. ESTAMOS HACIENDO NEGOCIOS EN DONDE PARECEMOS MÁS UN INTEGRADOR QUE TRABAJA CON SUS ALIADOS CANALES. ESE MODELO NOS ESTÁ FUNCIONANDO. POR ESO NOS ESTAMOS DEFINIENDO COMO UN MAYORISTA INTEGRADOR, Y ESTE MODELO ESTÁ HACIENDO QUE HAGAMOS MÁS NEGOCIOS CON TODO TIPO DE DISTRIBUIDORES Y SERVICE PROVIDERS”: **MIGUEL RUIZ, CEO DE TEAM.**

## Panorama mundial 2020

Es bien sabido que el problema de salud pública está paralizándolo la economía, los problemas que traerá serán variados y de diversa índole, incluso para los mayoristas que cuenten con stock en sus almacenes, siendo que el tiempo para levantar la alerta sanitaria es incierto, es así que empresas como Ingram Micro está apostando porque sea corto el tiempo para regresar a la normalidad, ya que el desabasto está comenzando, es así como el Vicepresidente y Country Chief Executive para México, Perú y Colombia en Ingram Micro, Luis Férrez, se refirió al tema: “El problema lo estamos viendo no el corto plazo porque hoy tenemos los inventarios suficientes para salir adelante este trimestre y es muy probable que el problema se agudizará más hacia finales del segundo trimestre, cuando los embarques que hoy debieran estar saliendo de los fabricantes ya nos están avisando que están retrasados, ese es un impacto”.

Cabe señalar que empresas como Ingram Micro no se quedaron a esperar lo inminente, por el contrario, comenzaron a desarrollar un plan de contingencia que consistió a grandes rasgos en limpiar sus inventarios para vender lo que tienen en existencia y una segunda propuesta estratégica relacionada con la adopción de las nuevas tecnologías.

# ISB SOLA BASIC®

...en protección, tu única opción

## NO TE QUEDES SIN CONEXIÓN CON **NO BREAKS** SOLA BASIC



www.isbmex.com



ISB Mexico



@ISB Mexico



@ISB Mexico



### PROTECTOR **LCD&PC**

**2** años *garantía*

**MAXIMA PROTECCIÓN**  
para equipos como:

- Equipos de cómputo con monitor de 19"
- Consola de videojuegos
- Pantalla LED 32"
- Módem

HASTA  
**30**  
*minutos*  
**DE RESPALDO**

PRODUCTOS HECHOS EN MÉXICO

Lenovo recomienda Windows 10 Pro para negocios.

# Preparando lugares de trabajo para la fuerza de trabajo de última generación

Inicia sesión rápidamente con Smart Power On  
y Modern Standby.

ThinkBook.

**CREADO PARA LOS NEGOCIOS. DISEÑADO PARA TI.**



Intel, el logotipo Intel, Intel Inside, Intel Core y Core Inside son marcas registradas de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y en otros países.  
© 2019 Lenovo. Todos los derechos reservados. Productos disponibles hasta fin de existencias. Lenovo no se hace responsable de los posibles errores tipográficos o fotográficos. Lenovo, el logotipo de Lenovo y ThinkBook son marcas comerciales o marcas registradas de Lenovo.  
Los nombres de productos y servicios de terceros pueden ser marcas registradas o marcas de terceros. Microsoft y Windows son marcas registradas de Microsoft Corporation. En función de algunos factores, como la capacidad de procesamiento de los dispositivos periféricos, atributos de archivos, configuración del sistema y entornos operativos, la velocidad de transferencia de datos real de los conectores USB variará y, por lo general, será más lenta que los estándares publicados (5Gbit para USB 3.1 de 1ª generación; 10Gbit para USB 3.1 de 2ª generación; 20Gbit para USB 3.2). Las características de los productos y las imágenes mostradas pueden variar según el modelo en particular. Consulta con los proveedores para obtener más detalles.

Ahora disponible en nuestra red de mayoristas autorizados.



ThinkBook

Lenovo



Lenovo

Premier  
Support

Resuelve los problemas de IT más rápido y consigue soporte técnico de alto nivel con Lenovo Premier Support. Para más información, visita [lenovo.com/TransformingWorkplaces](https://lenovo.com/TransformingWorkplaces)



Powered by Intel®  
vPro™ Platform

Windows 10



“LA ADOPCIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS, CON ESTO ME REFIERO A LA NUBE, SERVICIOS, INTEGRACIÓN QUE NO NECESARIAMENTE SE REQUIERE EL EQUIPO FÍSICO Y AHÍ ES DONDE NUEVAMENTE EL CANAL TIENE UNA VENTAJA DE CAPTAR ESAS OPORTUNIDADES EN CONJUNTO CON LOS MAYORISTAS. VAMOS A SALIR, SEGURAMENTE TODOS, A PROMOVER AQUELLOS PRODUCTOS QUE NO TENGAN TEMAS O RESTRICCIONES DE PRODUCCIÓN Y CLARAMENTE ENTRAN LOS AQUELLOS COMO SON SOFTWARE, SEGURIDAD, CLOUD, SERVICIOS Y AHÍ VEREMOS UN BOOM, YA QUE LAS EMPRESAS TIENEN QUE SEGUIR CAMINANDO. ES EL MOMENTO PARA CONVENCER A LOS USUARIOS DE ADOPTAR ESTAS NUEVAS TECNOLOGÍAS”: LUIS FÉREZ.

Como se observó, el ambiente está cargado de incertidumbre para este 2020, aunque esta situación también abre puertas en otros frentes que conducen a oportunidades para concretar nuevos comercios y darle continuidad al negocio, esto como parte de la valoración que hace Gonzalo Trejo, Gerente de Mercadotecnia en Nimax: “Son varios los desafíos entre ellos: el dólar ya que está alcanzando niveles históricos, por lo tanto los precios de los equipos comienzan a subir y nuestro reto sería tratar de ofrecer los mejores precios al reseller. Tener suficiente stock o al menos el mejor posible por marca. Despachar en tiempo y en forma para poder cumplir con los proyectos pactados”.

En conclusión, es crítico apoyar con preparación y recuperación el impacto que podría tener el COVID 19. Existen cadenas de abasto en las que ya se empieza a ver el impacto la escasez de algunos productos electrónicos derivados de la producción china, que es una industria muy activa en la proveeduría de componentes y sub-ensambles electrónicos, a esto se suma la transformación de los mayoristas, al pasar de ser de valor o volumen a un modelo híbrido que complementa y da mayores respuestas y resultados a sus clientes, partners o socios, lo cual se traduce en mejores opciones de soluciones y software para el usuario final.

## CDC

**Christian Torres, Gerente de Marketing en CDC**

Con un trabajo constante y estrategias puntuales para llevar soluciones a la cadena de distribución, el mayorista ofrece un portafolio enfocado a fibra óptica y hospitality con Commscope, diademas de Poly, la nueva solución de Aerohive Extreme, una nueva alianza comercial con Smartbitt y ARGOS. Todos estos acompañados de cursos de capacitación y certificación de la mano de los fabricantes, atención personalizada y seguimiento en casos de proyectos especiales, además de asesoría técnica en sus principales marcas. La compañía mencionó que este año está redefiniendo su estrategia comercial a través de la búsqueda de ventas contractuales que aporten valor al canal y a la empresa.

[ctorres@cdcmx.com](mailto:ctorres@cdcmx.com)

## CompuSoluciones

**Ana María Arreola, Directora Comercial y Marketing**

Con un abanico de alternativas, CompuSoluciones comercializa marcas con una oferta sólida como: HP, Hewlett Packard Enterprise, Microsoft, Veeam, Vmware, Autodesk, McAfee, Apple, Aruba, AWS, Lenovo, Oracle, IBM, Red Hat, adicionalmente comercializan otras como Logitech, la cual es una alianza relativamente nueva y Tripp Lite, entre otras.

Brinda diversos apoyos al canal con la intención de desarrollarlos de forma integral, algunos de ellos son capacitaciones en línea (cada semana) a través de Universidad CompuSoluciones, más de 20 webinars al mes de diferentes temas como conocimiento de programas, productos y técnicos, además están iniciando el programa de ICAMI (Centro de Formación y Perfeccionamiento Directivo) y próximos a abrir IPADE (Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa) para los directores del distribuidor, estas ayudas adicionales están enmarcadas en un programa Integrador ConSentido que les proporciona puntos en todas las compras y que son intercambiables por precio y un segundo programa se llama Vendedor ConSentido, dirigido a los vendedores del distribuidor para premiarlos por sus ventas.

[aarreola@compusoluciones.com](mailto:aarreola@compusoluciones.com)

## CT Internacional

**Saúl Rojo, Director General**

Con más de 15,500 productos de más de 200 marcas en 13 línea de negocio, como son: Sistemas de cómputo personal, equipo de impresión y consumibles, componentes de ensamble, networking, sistemas de punto de venta y credencialización, telefonía celular, suministro y protección de energía, accesorios de cómputo, software, telefonía y videovigilancia, electrónica de consumo, gaming y data center, el mayorista se ha colocado como una opción viable por el tamaño de su portafolio, asimismo acercan incentivos a los canales para desarrollar sus negocios, algunos de ellos son programas y herramientas de entrenamiento, certificación y capacitación, cobertura geográfica con 52 sucursales, solidez financiera, atención personalizada con soporte técnico y servicio. El mayorista asegura que seguirá trabajando con y para los canales, ofreciendo cada vez mejores opciones de negocio.

[saul.rojo@ctin.com.mx](mailto:saul.rojo@ctin.com.mx)



**Protección de alta gama  
para servidores y  
aplicaciones empresariales**

**Los UPS Smart App Onda Senoidal  
de CyberPower cuentan con salida  
de onda senoidal pura y factor de  
potencia igual a 1, la familia de UPS  
con mayor capacidad en su clase.**

#### **Principales características:**

- Panel frontal que no necesita herramientas y permite intercambiar la batería fácilmente
- Pantalla LCD multifunción ajustable (se inclina 15° y gira 90°)
- Tecnología GreenPower UPS
- Módulo de ecualización de batería
- Tecnología de carga rápida
- Topología de Línea Interactiva



## CVA

**Adolfo Mexía, Director Comercial**

El mayorista cuenta con un extenso portafolio de soluciones y productos dentro de los que se incluyen marcas como LogMeIn, HP, Lenovo, Samsung, Epson, Adata, Cyber Power, entre otras, cabe mencionar que a esto se suman nuevas alianzas y marcas de valor, apostando al crecimiento de la unidad de punto de venta y fortaleciendo sus unidades, siendo que para abril inaugurarán la nueva sucursal de Querétaro, todo lo anterior de la mano de capacitaciones, giras de negocio, ampliando su plantilla de personal para dar el apoyo de soluciones y el acompañamiento a los distribuidores. El directivo destacó que se debe trabajar para sacar a México adelante, enfocados en lo que se está haciendo y no descuidarse, por ello es importante tener una actitud positiva para darle “buena cara al mal tiempo”. Además instó a la importancia de trabajar de forma positiva sin quejarse, siendo que la situación es compleja, pero no debemos dejar que nos rebase.

[amexia@grupocva.com](mailto:amexia@grupocva.com)

## Ingram Micro

**Luis Férrez, Vicepresidente y Country Chief Executive para México, Perú y Colombia**

Con una apuesta mayor sobre el tema de seguridad e hiperconvergencia, el mayorista está creando una unidad de negocios basado en esas tecnologías, que en los dos primeros meses ha sido la unidad de negocio más creciente, además están focalizados en el tema de ciberseguridad, asimismo crearon el COE (center of excellence) en México para dar soporte a toda Latinoamérica en temas de ingeniería y de postventa para las marcas de seguridad. Los apoyos son otro ingrediente importante que toma en consideración el mayorista, empezando por soporte en la ingeniería, la preventa y servicios postventa, donde cuentan con diferentes especialidades y cobertura por regiones geográficas. Adicionalmente, tienen un esquema financiero, ya sea que otorguen créditos extendidos, financiamiento o ayuda en la gestión de arrendamientos.

Finalmente agradeció e urgió al canal a estar atentos, porque pronto escucharán de Ingram Micro, para los temas de cómo van a estar trabajando con ellos para desarrollar y capacitar frecuente a sus fuerzas de ventas.

[jose.zuniga@ingrammicro.com](mailto:jose.zuniga@ingrammicro.com)

## Intcomex

**Sandra Mendoza, Gerente de Marketing**

Intcomex, aseguró tener una oferta robusta en la parte de periféricos con televisores (consumer electronics), licencias de descarga digital, discos, punto de venta, nuevas marcas y nuevos productos para home office traídos para evangelizar al cliente. “También tenemos un área de Gaming, con un armado de los tipos de máquinas que va desde las más sencillas hasta las más robustas, en otra categoría contamos con equipos de impresión como Epson y HP las cuales están pisando fuerte”, indicó la ejecutiva.

El catálogo de opciones está amalgamado con financiamiento, capacitaciones especializadas de cómo vender el producto, certificaciones en las marcas, servicio express para hacer llegar hasta el negocio los productos, de igual manera Intcomex invitó a que se acerquen con ellos, siendo que están disponibles las 24 horas, los 7 días de la semana para atender sus necesidades y apoyarles para lograr sus metas.

[ayuda.mx@intcomex.com](mailto:ayuda.mx@intcomex.com)

## Nimax

**Gonzalo Trejo, Gerente de Mercadotecnia**

Especializado en punto de venta, el mayorista cuenta con diversos productos en su catálogo para esa área, entre los que se enumeran scanners, impresoras de POS, impresoras de etiquetas, terminales portátiles, equipos RFID, cajones de dinero, terminales All in One, impresoras móviles, tabletas, scanners cama plana, entre otros, todos ellos con marcas de prestigio como son: Zebra, Honeywell, Epson, Toshiba, Datalogic, Bixolon, Unitech, Star, Minno, Partner Tech, Front, etcétera. Es menester resaltar que ayuda a sus partners con capacitaciones presenciales, talleres en diferentes estados de la república, apoyos de acompañamiento para canales, presentaciones vía Facebook Live y asesoría en el departamento de soporte. De igual modo, invitó a los resellers a unirse y trabajar en conjunto.

[gonzalo.trejo@nimax.mx](mailto:gonzalo.trejo@nimax.mx)



## TEAM

**Miguel Ruiz, CEO de Team**

Uno de los mayoristas con diversas soluciones de valor en el mercado e innovador en sus modelos de negocio es Team, quien se ha consolidado como una opción viable para los canales con un abanico de opciones que incluyen Stratosphere (cloud & edge computing), soluciones de dmaas (document management as a service) y soluciones de waas (wireless as a service). Lo anterior con opción y potencial para lograr negocios nuevos y grandes, además de desarrollarse durante el proceso.

“El mercado se está moviendo rápido y no espera a quien no quiera renovarse. Están a tiempo de hacerlo, nosotros somos la opción para que avancemos y hagamos negocio. Acérquense con la sucursal de Team más cercana”, invitó Miguel Ruíz.

[semendoza@teamnet.com.mx](mailto:semendoza@teamnet.com.mx)

# A10 Networks cuenta con Solución para Protección DDoS de Alto Rendimiento y entrega de aplicaciones en Hiperescala



El controlador de entrega de aplicaciones (ADC) A10 Thunder proporciona equilibrio de carga de aplicaciones y gestión de tráfico, seguridad y análisis por aplicación para aquellas nativas en nubes públicas, privadas o híbridas. Está especialmente diseñado para arquitecturas de aplicaciones basadas en microservicios y contenedores.

- Simplifique la implementación de arquitectura en la nube
- Mejora la agilidad de DevOps
- Análisis inteligente para obtener información procesable

## Defensa automatizada DDoS Hiperescala

- **Precisión** - Proporciona una defensa precisa, eliminando costosos falsos positivos y negativos
- **Automatización** - Automatiza la protección DDoS en todo el ciclo de vida del ataque, aumentando velocidad de respuesta
- **Escalabilidad** - Ofrece opciones escalables de implementación para defensa contra ataques basados en IoT
- **Asequibilidad** - Ofrece alto rendimiento en un factor de forma pequeño para reducir el costo total de propiedad y aumentar el ROI (retorno de inversión)

**A10 Networks cuenta con oficinas en Brasil, México, Colombia y socios de negocio en todos los países de la región.**

Email: [latam\\_sales@a10networks.com](mailto:latam_sales@a10networks.com) ó [marketing-latam@a10networks.com](mailto:marketing-latam@a10networks.com)

Twitter: [@A10Networks](https://twitter.com/A10Networks) / [@A10\\_LATAM](https://twitter.com/A10_LATAM) | Instagram: [#A10\\_Latam](https://www.instagram.com/A10_Latam)

Web: [www.a10networks.com](http://www.a10networks.com) Blog: [www.a10networks.com/blog](http://www.a10networks.com/blog)

## Acerca de A10 Networks

A10 Networks (NYSE: ATEN) habilita a los proveedores de servicios, proveedores en la nube y empresas garantizar que sus redes 5G y aplicaciones multi-nube sean seguras. Con análisis avanzados, aprendizaje automático y automatización inteligente, las aplicaciones críticas para el negocio están protegidas, son confiables y siempre están disponibles. Fundada en 2004, A10 Networks cuenta con sede en San José, California, y atiende a clientes en 117 países a nivel mundial. Para obtener más información, visite: [www.a10networks.com](http://www.a10networks.com) y [@A10Networks](https://twitter.com/A10Networks).





# MUJERES EN LA INDUSTRIA TIC, TALENTO Y PROFESIONALISMO

• DESDE FINALES DEL SIGLO PASADO, MILES DE MUJERES HAN TENIDO PRESENCIA DENTRO DE LA INDUSTRIA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TIC), ALGUNAS INCLUSO, HAN OCUPADO PUESTOS DE DIRECCIÓN GENERAL EN UNA EMPRESA; SIN EMBARGO, TODA VÍA NO PUEDE PRESUMIRSE UNA EQUIDAD DE GÉNERO, YA QUE ALGUNAS SEÑALAN DESVENTAJAS QUE ENFRENTAN PARA DESEMPEÑARSE PROFESIONALMENTE.

**Autor:** Anahí Nieto

**EN MÉXICO, LAS MUJERES REPRESENTAN EL 40% DE LA FUERZA LABORAL, GENERANDO GANANCIAS POR MÁS DE 26 MIL MILLONES DE PESOS DIARIOS, DE ACUERDO CON EL CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA MUJER EN ALTA DIRECCIÓN (CIMAD); DENTRO DE LA INDUSTRIA TIC TIENEN EL 17% DE PRESENCIA; ES DECIR, MENOS DE UNA QUINTA PARTE.**

Consultamos a algunas mujeres que forman parte de la industria para conocer sus puntos de vista, los principales retos a los que se han enfrentado y las recomendaciones que dan a quienes recién se integran al mundo de la tecnología.

## Laura Núñez, Gerente de Canales de Distribución en Tripp Lite.

Ingeniera industrial de profesión, llegó a la industria de TI por medio de una oportunidad en Acer; después colaboró en Okidata y posteriormente en Tripp Lite. Ahora tiene una trayectoria de más de 20 años y se dice feliz, divertida y continúa aprendiendo.

Compartió que en su camino por el mundo de la tecnología ha tenido la fortuna de tener compañeros que “lejos de minimizar o hacer a un lado a una mujer, la impulsan”; aunque ser líder en este ecosistema trae consigo retos como estar preparada, actualizarse, ser tolerante, constante, escuchar las opiniones del entorno y las necesidades que se tienen.



“Estamos hablando de una industria que necesita soluciones, por lo cual la disciplina, tu entrenamiento, tu constante capacitación, tu tolerancia y sobretodo el amor y el gusto que le tengas a esta industria, te hacen salir adelante”, dijo. Agregó que resulta sencillo escalar en el mundo de la tecnología y sugirió que, en cuanto a la relación entre mujeres, “nunca te metas el pie, no somos rivales, somos compañeras. Dejemos de vernos como competencia, seamos aliadas”.

Para Núñez su familia es lo más importante, siempre busca dedicarles tiempo de calidad. Aunque no tiene hijos, opinó que ello no implica sacrificar la parte profesional y que se puede lograr un equilibrio.

## Norma Hernández, Directora General de Nasbel.

Estudió relaciones industriales y desde hace 25 años llegó a la industria TIC. Forjó experiencia en el área de ventas y en la operación de compra con mayoristas y fabricantes; posteriormente creó su propia empresa: Nasbel, la cual cumplirá en mayo, seis años.

“Cuando uno es mujer, como que la gente no cree mucho en ti; el mercado está más abierto para los hombres, y como mujer empresaria está un poco más complicado”, añadió que para sobrellevar la situación, se debe ser perseverante, muy honesta y cumplir con los clientes.



Hernández ha notado que la mujer se ha abierto más camino y ha ido escalando poco a poco, desde dar una presentación de productos o llevar a cabo una negociación, actividades que antes no eran comunes para ellas.

La directora es soltera, no tiene hijos; disfruta mantener su salud realizando actividades físicas, dedica tiempo a su familia y amigas, por lo cual mencionó que “hay espacio para todo”. Recomendó establecer objetivos, no claudicar y no tener miedo.

www.youtube/noticiasdelcanal

## Seguridad, Confianza y Protección

# UPS On line

### G20 BIFÁSICO 60020 OL 2P



- 6 000 VA / 6 000 W
- Batería 8~10 pzs (ajustable) x 2 12V 9 Ah
- 3 Años de garantía
- Doble conversión
- Tiempo de transferencia cero
- Cambio de baterías en caliente (Hot Swap)
- Salida onda senoidal pura
- Contactos de salida programables

### G19 BIFÁSICO 60019 OL 2P



- 6 000 VA / 6 000 W
- Baterías 12V 7 Ah x 20
- 3 Años de garantía
- Doble conversión
- Tiempo de transferencia cero
- Cambio de baterías en caliente (Hot Swap)
- Salida onda senoidal pura

### G19 BIFÁSICO 100019 OL 2P



- 10 000 VA / 10 000 W
- Baterías 12V 9 Ah x 20
- 3 Años de garantía
- Doble conversión
- Tiempo de transferencia cero
- Cambio de baterías en caliente (Hot Swap)
- Salida onda senoidal pura

### G21 TRIFÁSICO 400021 OL 3P



- 40 KVA / 36 KW
- Entrada / Salida: Cableado en duro
- Baterías: Configurable
- Garantía del Equipo: 3 años / 2 en batería

**Capacidades disponibles:  
15, 20, 30 y 40 KVA's**

### ACCESORIOS



Switch de Mantenimiento  
BYPASS (MBS)



Tarjeta SNMP  
de monitoreo remoto



PDU Unidades  
de distribución de energía

**Ideal para:**



Servidores



Equipos Médicos



Redes



Telecomunicaciones



VoIP

VoIP

**Te da la energía para seguir conectado**

**Centro de Atención a Clientes:**

[moralesh@koblentz-electric.com](mailto:moralesh@koblentz-electric.com)

**01800 976 3600**

### MAYORISTAS

**GT COMPONENDES Y TECNOLOGIA**  
Zaira Delgado  
Product Manager Koblentz  
[zaira.delgado@koblentz.com.mx](mailto:zaira.delgado@koblentz.com.mx)  
(562) 100 0000  
Ext. 189

**CVA** Conectividad de México Agregado  
Christian Tapia  
Product Manager  
[ctapia@cva.com](mailto:ctapia@cva.com)  
(0133) 3268 1617

**IN-GRAM**  
Luis Lopez  
Product Manager  
[luis.lopez@ingrammicro.com](mailto:luis.lopez@ingrammicro.com)  
(55) 5263 6349

**DAISYTEK**  
Jorge Gordon  
Product Manager  
[jgordon@daisytek.com.mx](mailto:jgordon@daisytek.com.mx)  
(55) 5000 3518

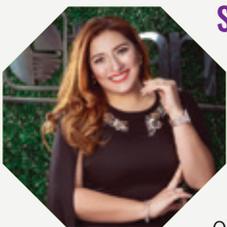
**G-LOMA**  
Norma Hernández  
Product Manager  
[pn.hernandez@g-loma.com.mx](mailto:pn.hernandez@g-loma.com.mx)  
(01871) 722 5321

**DC Mayorista**  
Christian Ramirez  
Product Manager  
[christian.ramirez@dc.com.mx](mailto:christian.ramirez@dc.com.mx)  
(55) 5262 5700

**UNICOM**  
Cristóbal Guajardo  
Product Manager  
[compras@unicom.com.mx](mailto:compras@unicom.com.mx)  
(01) 6181 6176

**PCH**  
Mayorista en Tecnología  
Nelson Jiménez  
Product Manager  
[njimenez@nerwin.com.mx](mailto:njimenez@nerwin.com.mx)  
(33) 1078 3443

**EXEL**  
Monica Moreno  
Product Manager  
(55) 5078 4120  
(800) 5079 200



## **Shaula Mendoza, Coordinadora de Comunicación, Relaciones Públicas e Imagen para Team.**

Licenciada en Relaciones Públicas de profesión, tiene un diplomado en Gestión de Eventos y está certificada en inbound marketing. Actualmente cursa el diplomado en Comunicación Digital y Social Media; además de contar con diferentes cursos en LinkedIn Learning.

Este año cumplirá seis años en la industria; uno de los retos más importantes que tuvo al inicio fue su edad y género, al ser una industria liderada por hombres, y ella al ser joven, era complicado que consideraran sus propuestas, pero comenzó a especializarse, a trabajar en equipo y a relacionarse más.

Opinó que las mujeres que han liderado puestos directivos y gerencias han abierto caminos para las nuevas generaciones y ella, por fortuna, ha tenido tutores, como Haydée Arambula, gerente de marketing que la inspira, y Miguel Ruiz, CEO en la compañía, quienes le han dado su confianza y atención a sus puntos de vista. Para Mendoza, la dedicación, el aprendizaje, la constancia, especialización y pasión por el trabajo, llevan a las personas a destacar en cualquier industria. Además de tener un desarrollo personal, para contar con habilidades como inteligencia emocional, creatividad, pensamiento crítico, juicio, toma de decisiones, comunicación digital y sustentabilidad, mismas que no pueden sustituirse por una máquina.



## **Sandra Mendoza, Gerente de Marketing para Intcomex.**

Estudió administración de empresas y cuenta con una maestría en marketing, publicidad y dirección comercial. Mendoza comenzó en la industria TIC hace más de 15 años como becaria en el área de investigación de mercados en IBM.

Comentó que la mayor participación en la Industria la tienen los hombres y ella encontró estigmas al ser mujer, “no te toman en cuenta, o hay marcas que, aunque no vayan enfocadas al machismo, las personas que la llevan se enfocan en ello”, dijo; sin embargo, se valió de su madurez y su perspectiva de vida para demostrar que: “el marketing es la ciencia que te lleva a estudiar el mercado y hacer que tu producto pueda venderse; es una herramienta más que no tiene género o persona”.

Soltera y sin hijos, disfruta de la fotografía, la meditación y participar en asociaciones benéficas; también encuentra tiempo para reunirse con su familia y amigos, ya que considera importante dividir tales aspectos en la vida y encontrar una sincronización. Mendoza opinó que aunque a muchas mujeres se les enseñó que el sueño perfecto era casarse, tener hijos, y que el trabajo pasaba a segundo término, ser madre y profesionista al mismo tiempo no está peleado, pero depende de las metas y la visión de cada persona.

“El canal se ha abierto mucho, hay más mujeres, está en uno poder llegar a puestos directivos, simplemente con constancia, pasión y saber trabajar en equipo se pueden derribar muchas fronteras”, finalizó.

Según el estudio del Esade Gender Monitor Latinoamérica 2019, en el que se consultó a 800 directivas de compañías en Chile, Colombia, México y Perú, en América Latina sólo el 4.2% de las organizaciones son lideradas por mujeres y únicamente el 8.5% de los comités de dirección cuenta con presencia femenina.

Además, se dio a conocer que el 70% de las directivas de América Latina creen que sus empresas dan trato de favor a sus colegas hombres al momento de un ascenso y el 25% de las ejecutivas que no tienen hijos aseguran no ser madres porque la maternidad supone un freno en su carrera profesional.

Sin embargo, las mujeres consultadas por **eSemanal** coinciden en que se puede tener ambas partes, si así se desea, la maternidad y lo profesional, pero resulta de gran ayuda que la empresa para la que se trabaje ofrezca cierta flexibilidad y contar con una red de soporte o personas de apoyo dentro del círculo familiar.



## **Mariel Andrade, Colaboradora de Comunicación Corporativa en una empresa automotriz.**

Egresada de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, comenzó su trayectoria profesional al ser becaria en una agencia de relaciones públicas, donde uno de los clientes era la empresa SAP, posteriormente se integró al área de comunicación corporativa de la compañía y después colaboró en Schneider Electric.

Andrade recuerda su paso por la industria TIC como un proceso formativo de alto rendimiento, ya que se acostumbró a un ritmo de trabajo muy alto, puesto que existen actualizaciones cada tres meses, se deben conocer las nuevas plataformas, discursos y entender distintas industrias con un acercamiento de una misma solución.

Encontró en el ecosistema de la industria a “muchas mujeres extraordinarias que han sido y seguirán siendo una referencia en cómo veo o defino mi carrera profesional”, mencionó algunos nombres y dijo que la constante fue que levantaron la mano.

“He notado un nivel distinto de empoderamiento en las mujeres de la industria respecto a otras; son un referente de comportamiento, marcan un ritmo muy interesante”, comentó Andrade.

Mariel es soltera e imparte un módulo en el diplomado de Relaciones Públicas en la Universidad La Salle. “No nos damos cuenta de lo capaces que somos hasta que lo hacemos; si llega un proyecto importante a tus manos, acéptalo, si llega algo que te haga dudar, acéptalo, y te vas a sorprender de los resultados que tú misma puedes dar”, aseguró.

# Huawei va con todo por el mercado de laptops

IP

**A**demás de conquistar el mercado por medio de dispositivos con tecnología de punta como smartphones y accesorios, en Huawei también apuestan por ofrecer los mejores equipos de cómputo portátil al mejor precio.

Para ello, han diversificado su oferta de laptops, para responder a las diferentes necesidades y deseos de los usuarios finales.

Con el lanzamiento de la nueva Huawei MateBook Serie D continúan con la línea de incursionar en el mercado, pues la oferta consiste en la mejor tecnología y calidad de fácil acceso para el público.

## Serie D

La serie incluye dos diferentes equipos como los modelos D14 y D15, aunque ambos comparten diversas características como el procesador AMD Ryzen 5 3500U, gráficos Radeon Vega 8 Graphics, RAM DDR4 8G, la resolución de pantalla de 1920 x 1080 certificada por TÜV Rheinland, botón de encendido con sensor de huella, puerto USB-C y WLAN 2x2 MIMO, también tienen diferencias que se pueden ajustar a los requerimientos del usuario.

## Virtudes de la Serie

•**MateBook D14:** Peso de 1.38 kilogramos, dimensión de 322.5mm x 216.9mm x 15.9mm. Cuenta con puertos USB 3.0 y 2.0, tiene un teclado retroiluminado, su batería es de 56 Wh. Pantalla de 4.8mm de ancho de bisel y proporción cuerpo-pantalla de 84%. Almacenamiento de 512 GB NVME SSD.

•**MateBook D15:** Su peso va de los 1.53 a 1.62 kg con dimensiones de 357.8 mm x 229.9 mm x 16.9mm. Presenta dos entradas USB 2.0, no presenta teclado retroiluminado, batería de 42 Wh. Proporción cuerpo-pantalla de 87%, con dimensión de 5.3 mm. Almacenamiento de 256 GB SSD o de 1 TB HDD + 256 GB SSD.

## La mejor opción

Los usuarios pueden elegir cuál cumple de mejor manera con sus solicitudes, con sus necesidades de almacenamiento, tamaño o simplemente gusto.

Esta serie busca ayudar al usuario a estar a la vanguardia con la mejor tecnología, confiable, segura y de alto rendimiento.

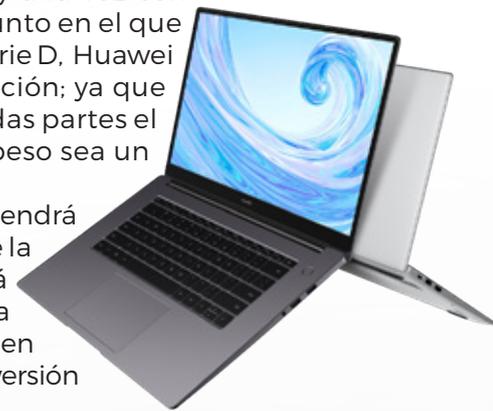
Una de las principales tendencias en las laptops radica en el diseño y especialmente en ser más livianas, delgadas y a la vez con mayor potencia, punto en el que con la MateBook Serie D, Huawei cumple a la perfección; ya que permite llevar a todas partes el equipo sin que el peso sea un problema.

Además, el usuario tendrá la seguridad de que la batería lo respaldará durante su jornada de trabajo e incluso, en sus ratos libres de diversión y entretenimiento.

Por otra parte, los ciberataques se han vuelto cada vez más sofisticados, constantes y peligrosos, por lo que tener sistemas de seguridad (tanto hardware como software) dejó de ser un valor agregado para volverse una necesidad para los usuarios, y con la Huawei MateBook Serie D pueden sentirse respaldados en todo momento.

Incluso la cámara web se encuentra disponible sólo cuando el usuario la requiere, puesto que se integró en el teclado para mayor privacidad.

Esta línea es la opción, con la mejor tecnología del mercado y el mayor rendimiento, por un precio accesible.





## **Elizabeth Villagómez, Directora de Mercadotecnia en Grupo CVA.**

Licenciada en mercadotecnia, también cuenta con una maestría en dirección de marketing; pronto cumplirá seis años dentro de la industria TIC, a la cual llegó “por casualidad” al trabajar para el mayorista, le gustó la industria y el trabajo, por lo cual decidió quedarse.

Villagómez dijo que en la mayoría de los canales y los clientes hay hombres en cargos directivos, pero que cada vez observa a más mujeres participando, lo cual le da mucho gusto.

Agregó que se debe aprender a manejar bien el tiempo; en su caso, su posición le exige responsabilidad, salir de la ciudad frecuentemente, por lo que tener a una pareja que entienda su trabajo, la respete y la apoye, ha sido de suma importancia para ella, al igual que su familia, quien comprende si algún evento familiar no puede asistir.

La ejecutiva considera que es importante dedicar tiempo a la salud, a la distracción, al gimnasio, a alimentarse bien para poder rendir bien en el trabajo; además de tener pasión por lo que se hace, buscar el consejo de otras personas, networking y seguirse preparando.

“Esta industria es muy noble, porque en cuestión de crecimiento se da muy fácil, siempre se están demandando productos de tecnología. Sigamos acaparando más espacios en las diferentes industrias”, finalizó.

## **EL 30% DE LOS ESTUDIANTES DE CARRERAS AFINES A LAS CIENCIAS, LA TECNOLOGÍA, LA INGENIERÍA Y LAS MATEMÁTICAS, SON MUJERES, SEGÚN EL CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA MUJER EN ALTA DIRECCIÓN (CIMAD).**



## **Pilar Sevilla, Comunicación en Cisco México.**

Comunicóloga especializada en tecnologías de comunicación, se ha desarrollado en el área de relaciones públicas dentro de la industria TIC; además, Sevilla impartía clases en el Tecnológico de Monterrey.

Formar parte de la industria le ha resultado natural, aunque “siempre se ha visto como que la ingeniería no es una carrera de niñas, lo que se vuelve cierto porque hay pocas mujeres estudiando ingenierías, o en general carreras de ciencia, tecnología, matemáticas... mucho por el estigma de que son carreras que no son de mujeres”, dijo.

A pesar de ello, Sevilla ha visto a más mujeres participando: “Deben conocer qué carreras existen; no sé si es por desconocimiento, por tradición o qué hace que sólo se enfoquen en una sola área y no volteen a ver otras”.

La directiva mencionó haber tenido la fortuna de laborar en lugares donde existe igualdad y no interviene el hecho de ser mujer o no en el trato y el trabajo. Considera que la cifra baja de participación se debe más bien a que la mujer no se ha acercado mucho a la industria.

Explicó que en Cisco trabajan para promover tal participación de la mujer, por ejemplo, el año pasado invitaron a niñas de secundaria para acercarse a la tecnología con actividades como armar un robot o jugar a programar.

Sevilla también dedica su tiempo a practicar patinaje de figura en hielo, dijo que cuenta con un gran balance para poder seguir haciéndolo, pero que éste depende de la industria y la empresa para la que se trabaje.

“Nunca se deja de aprender, se deben seguir buscando las oportunidades y quitarse la idea de que por ser mujer no se puede lograr”, afirmó.



## **Esther Riveroll, fundadora y CEO de Alldatum Business.**

Estudió matemáticas aplicadas y comenzó a laborar en IBM, refirió que hace algunos años era más complicado, ya que muchos procesos se hacían por la noche y su horario era de 12 horas seguidas por 12 de descanso.

Riveroll comentó que el trabajo al inicio de su trayectoria consistía en llevar a cabo procesos de instalación, y muchos de ellos se hacían en las noches, por lo que tuvo que planear mejor sus horarios para llevar a cabo otras actividades. La directiva compartió que en la actualidad existen mayores oportunidades para las mujeres, aunque resulta necesario contar con un soporte, redes de apoyo, como la familia para lograrlo.

Anteriormente ella tuvo que elegir entre crecer profesionalmente y con sus hijos; sin embargo, dijo que esa situación ha cambiado, ahora resulta más flexible y sencillo realizar otras actividades a la par del trabajo.

# Western Digital.

## RECARGA TU NAS CON EL PODER DE **WD RED**

Tu NAS siempre está encendido,  
llénalo de poder con unidades  
de almacenamiento confiables.

- Diseñados y testados para operar 24/7.
- Compatibles, flexibles y resistentes.

WD Red™ SA500 2.5" SATA SSD

WD Red™ SA500 M.2 SSD

WD Red™ 3.5" HDD

Encuétralos en:



ACTUALIZACIONES PARA COMPUTADORAS



IN-CRAM

MICRO

PCH

Mayorista en Tecnología



ARROBA COMPUTER

IMPORTACIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTO Y ACCESORIOS



IMPORTACIÓN DIGITAL

S.A. DE CV



## Lourdes Baeza, Marketing Manager para Logitech México.

Es licenciada en administración de empresas, con diplomado en mercadotecnia, maestrías en marketing internacional y otra para especializarse en el terreno digital, ya que considera fundamental estar actualizada.

Tiene 20 años dentro de la Industria TIC, ha trabajado para Ingram Micro, Polycom y Kaspersky. Mencionó que desde su comienzo, ha sido un mundo dominado por el género masculino; “cuando las mujeres empezamos a tomar un poco más de fuerza, sí te enfrentas con cierto tipo de discriminación como el no tomar algunos puestos o responsabilidades”, dijo.

Sin embargo, la fuerza, energía y ganas de aportar hicieron de lado tal discriminación y poco a poco generó confianza con sus directivos, así comenzó a crear igualdad y a hacer notar las cosas interesantes que ella también podía aportar.

La ejecutiva es soltera, junto a su novio planean no tener hijos ya que ambos se encuentran enfocados en sus respectivas carreras, disfrutan viajar y conocer el mundo, pero admira a las mujeres que logran realizar ambos aspectos y opina que todo se puede gracias a la organización y a establecer límites.

Baeza recomendó a las mujeres que recién se integran a la industria alzar siempre la voz, preguntar, no tener miedo de expresar sus dudas, estudiar, actualizarse, y hacer una red de contactos sólida; además, las invitó a ser solidarias con sus contactos dentro y fuera de la empresa.



## Olivia Castañón, Directora de Cuentas de Tecnología en Porter Novelli.

Estudió matemáticas aplicadas y computación, su primer empleo dentro de la industria TIC fue para el mayorista Merisel, donde conoció el mundo de la cadena de valor, con canales de distribución y partners.

Castañón también laboró en empresas como Microsoft y Novell antes de comenzar con la agencia de relaciones públicas Porter Novelli, antes llamada Martec, especializada en comunicación para empresas de tecnología.

La directora dijo que en este mundo ha conocido a personas muy valiosas y existe el reto de actualizarse diario; sin embargo, aún queda mucho por hacer en cuanto a la participación de la mujer. De ellas resaltó la capacidad de empatía, sensibilidad y actitud conciliadora, aspectos que benefician en los negocios. Agregó que es importante sensibilizar y alentar a las empresas a que hagan un análisis introspectivo y se vuelvan más inclusivos, pues así tendrían mayor diversidad de opiniones y su visión y decisiones se enriquecerían.

## Marcela Núñez, Directora Regional Sur para Tripp Lite



Estudió mercadotecnia, laboró en Aspel y ahora en Tripp Lite, tiene ya 12 años de experiencia en el medio.

“Es una industria que, aunque avanza en la presencia de mujeres, sigue existiendo un ecosistema con más de la mitad de hombres”, dijo.

Opinó que tal desbalance se debe a cuestiones culturales y de estereotipos, con las cuales pareciera que la mujer no está hecha para el mundo tecnológico, por lo cual se debe hacer una modificación de patrones. Dijo que algunas deben hacer un doble esfuerzo para ingresar y permanecer en la industria, puesto que algunos las juzgan de no saber, lo que resulta la primera barrera a vencer.

La directora es divorciada y tiene dos hijos, uno de 18 años y otro de 14; aunque suele involucrar a su familia en el trabajo, considera que nunca se logra un equilibrio entre lo laboral y familiar, “es una lucha que nunca acaba”.

“Se debe cambiar la mentalidad, luchar contra nosotras mismas y nuestros propios estereotipos, tenemos las mismas capacidades; no traten de pelear, no tenemos que demostrar que estamos por arriba, debemos acercar la igualdad. Estamos en un momento en el país donde debemos reinventar muchas cosas”, recomendó.

De acuerdo con el Índice Global de Brecha de Género del Foro Económico Mundial, al mundo le restan 99 años para cerrar la brecha de género de mantenerse el ritmo actual en las políticas de igualdad de gobiernos y naciones.

Además, según un estudio elaborado por la red social profesional LinkedIn en abril del 2019, 4 de cada 10 mujeres en el país logran ocupar un puesto directivo, y sólo el 17% ocupan un puesto de CEO; es una posición liderada por hombres con un 83%.

Promover la participación femenina en el comercio internacional traería grandes beneficios a la economía y el comercio según Drip Capital México.

Aunado a lo anterior, y de acuerdo con el estudio Open For Business: Strengthening The Economic Case, publicado en 2018 en el Foro Económico de Davos, las empresas que son inclusivas tienen grandes ventajas competitivas a nivel local y mundial porque ofrecen ambientes laborales innovadores, equitativos, respetuosos y colaborativos, lo que fomenta la libre comunicación entre los equipos de trabajo y ello genera mejores resultados.

La inclusión trae consigo un amplio espectro de opiniones e ideas que brindan frescura a todas las áreas de negocio, pues se incrementa el pensamiento innovador y se genera una visión más amplia y empática para anticipar las necesidades de los clientes y el mercado. Para el exterior también se crea un impacto positivo en los consumidores, usuarios y sociedad en general.

acer



TRAVELMATE P4

TRABAJA

SIN LÍMITES

NADA TE DETENDRÁ



Si quieres recibir información sobre nuestros productos escríbenos a [mex.eventos@acer.com](mailto:mex.eventos@acer.com)



Cesar Jair Rafaela  
+52 (55) 5263 6500 Ext. 86558  
[cesar.rafaela@ingrammicro.com](mailto:cesar.rafaela@ingrammicro.com)



Susana Baca Robles  
662 109 0000 - ext. 152  
[susana.baca@ctin.com.mx](mailto:susana.baca@ctin.com.mx)



Armando Ayala Núñez  
3338121413 ext. 292  
[armandoa@grupocva.com.mx](mailto:armandoa@grupocva.com.mx)



Lilia Pamela Chavez Solis  
50010057  
[lilia.chavez@exel.com.mx](mailto:lilia.chavez@exel.com.mx)

# SIN TECNOLOGÍAS PARA MISIÓN CRÍTICA, LA PÉRDIDA DEL CENTRO DE DATOS OSCILA EN LOS 300 MIL DÓLARES POR HORA

- CONTINUIDAD Y OPORTUNIDAD DE NEGOCIO CON TECNOLOGÍAS PARA HOME OFFICE Y OTRAS EN TIEMPOS DEL COVID-19
- DESASTRES NATURALES Y CONTINGENCIAS SANITARIAS
- SNOWBALL, UN RESPALDO PARA EL NEGOCIO

**Autor:**  
Raúl Ortega

**E**n tiempos como los que se viven actualmente, es necesario que los canales consoliden estrategias de gestión de riesgos, ya que se avanza a una crisis laboral inminente, aunque también representa una oportunidad para prepararse y fortalecer la resiliencia que es un tema central para la continuidad del negocio en cualquier empresa; con la ayuda de productos o servicios que facilitan sobrellevar la contingencia, incluso de forma aislada.

Al cierre de esta edición estamos en plena fase 2 de contingencia sanitaria en México, así lo han declarado las autoridades de salud en el país, esto trae como consecuencia incertidumbre en los mercados, la Bolsa Mexicana de Valores registra pérdidas importantes y el peso mexicano está siendo castigado en el tipo de cambio como no se veía en décadas, ahora bien, esto también abre oportunidades para que las empresas revisen sus protocolos y a su vez fortalezcan su mapa de riesgos para recuperación.

Al cierre de esta edición estamos en plena fase 2 de contingencia sanitaria en México, así lo han declarado las autoridades de salud en el país, esto trae como consecuencia incertidumbre en los mercados, la Bolsa Mexicana de Valores registra pérdidas importantes y el peso mexicano está siendo castigado en el tipo de cambio como no se veía en décadas, ahora bien, esto también abre oportunidades para que las empresas revisen sus protocolos y a su vez fortalezcan su mapa de riesgos para recuperación.

Es importante estimular la economía desde los flancos que sean posibles, ya que de esa forma los capitales fluctuarían para permear a otros sectores, de ahí la relevancia de que los canales busquen oportunidades de negocio en estos momentos de incertidumbre transicional, siendo que los servicios y productos para afrontar estos acontecimientos son diversos.

#### Definición

Para comenzar es necesario esbozar el concepto de misión crítica, en qué casos es posible su denominación y los alcances que tendría en tiempos de contingencia.

Se denomina misión crítica a aquellas aplicaciones que requieren estar funcionando de manera continua ya que su interrupción acarrearía problemas de envergadura para las empresas incluyendo pérdidas económicas importantes, así lo definió Juan Pablo Borray, Gerente de Desarrollo de Negocios para Latinoamérica en Panduit: "Son todos aquellos sistemas necesarios para que una organización pueda tener un correcto funcionamiento y ofrecer servicios ininterrumpidos a sus clientes. La falla de alguno de estos sistemas tiene un alto impacto en el negocio y generalmente representa pérdidas económicas para la empresa".

"MISIÓN CRÍTICA ES TODO PROCESO QUE POR SURELEVANCIA NO PUEDE DEJAR DE SEGUIR OPERANDO, DEBE MANTENER LA CONTINUIDAD, YA QUE EN CASO DE INTERRUPTIÓN TRAE AFECTACIONES ECONÓMICAS A LAS PERSONAS, EN LA CALIDAD Y/O DE SEGURIDAD, COMO SON LOS CENTROS DE DATOS, QUE SIEMPRE DEBEN ESTAR DISPONIBLES PARA CUANDO LA INFORMACIÓN Y EL PROCESAMIENTO SEA REQUERIDO; SE ESTIMA QUE LAS PÉRDIDAS PROMEDIO DE UN CENTRO DE DATOS OSCILAN EN LOS \$300,000 DÓLARES POR HORA": ENRIQUE CHÁVEZ CHÁVEZ, DIRECTOR LATINOAMÉRICA NORTE Y CARIBE PARA EATON POWER QUALITY.



Mientras exista riesgo de pérdida de información, vulnerabilidad e incluso exceso de tráfico intentando acceder a una página web o cualquier otro escenario que imposibilite las actividades de las empresas, es factible hablar y denominar un panorama crítico, un ejemplo que ilustra esto de mejor forma y que no está relacionado con desastres naturales o contingencias de salud pública es la circulación y acceso copioso a una aplicación para comprar boletos de cine para un estreno, resulta ser tal cantidad de usuarios ingresando que se genera un cuello de botella, el cual podría

En Nimax también estamos de FESTEJO

30 AÑOS en el mercado Mexicano

30 AÑOS siendo mayorista líder

30 AÑOS siendo los mejores

**Nimax**

f t YouTube TecnologiaNimax | [www.nimax.mx](http://www.nimax.mx)



### VENTAJAS DE SER DISTRIBUIDOR NIMAX

**\*PRECIOS AL MAYOREO MUY COMPETITIVOS\***

**\*INVENTARIO PARA LOGRAR ENTREGAS INMEDIATAS\***

**\*CAPACITACIONES (ROAD SHOWS, WEBINARS, TALLERES, HANDS-ON, FOROS DE SOLUCIONES, ENTRE OTROS)\***

**\*GERENTES DE PRODUCTOS EN LAS PRINCIPALES MARCAS\***

**\*INGENIEROS ESPECIALIZADOS EN EL ÁREA DE SOPORTE\***

CORPORATIVO: Ciudad de México | 01 55 5340 2940

CEDIS NORTE: Nuevo León | 01 81 8347 8840

SUC. OCCIDENTE: Guadalajara | 01 33 3671 1866

colapsar la red e incurrir en pérdidas cuantiosas para la empresa, pasando a ser un posible escenario de misión crítica, quedando implícito los alcances, resultados y posibles eventualidades que se evitarían teniendo un plan definido.

## Desastres naturales



Ricardo Zermeño

Los incendios ocurridos en Australia en el 2019 y Portugal en el 2017 o los huracanes que afectaron a Puerto Rico en ese mismo año, dan cuenta de la necesidad de estar equipados y preparados para afrontar situaciones inesperadas, es por ello que los servicios en la nube que ofrecen elasticidad y escalabilidad permiten el resguardo de la información sin importar que los equipos hayan sido afectados a causa del fuego o algún otro inconveniente. En entrevista para **eSemanal**, Ricardo Zermeño, Director General de Select, abundó: “La propuesta central es que te ofrecen una infraestructura elástica que escala sin problemas, es una de las principales ventajas de los servicios en la nube, que pueden atender la escalada de una demanda sin la necesidad de estar invirtiendo, porque ya tienes una hecha, simplemente la vas aprovechando. Todos los servicios en la nube como son el PaaS o el SaaS”.



Francisco Naranjo

“NUESTRAS SOLUCIONES AYUDAN A NO DETENER LAS OPERACIONES DE LA COMPAÑÍA, INCLUSO SI NO TUVIERAMOS POSIBILIDAD DE MOVERNOS Y TRABAJAR DESDE CASA. OFRECEMOS UNA SOLUCIÓN QUE SE LLAMA WEBEX QUE TIENE DIFERENTES OPCIONES COMO WEBEX MEETING, QUE PERMITE DE UNA MANERA SENCILLA TENER CONFERENCIAS DE VARIAS PERSONAS Y DE MANERA SIMULTÁNEA CON VIDEO PARA PERMITIR UNA COMUNICACIÓN SENCILLA CON PROVEEDORES, CLIENTES Y GENTE DE LA MISMA ORGANIZACIÓN. TAMBIÉN HEMOS ESTADO INVOLUCRADOS DE FORMA DIRECTA CON DESASTRES NATURALES, DURANTE LOS CICLONES EN CENTROAMÉRICA NUESTRAS OFICINAS EN PUERTO RICO, PESE A LA CATÁSTROFE, TENÍAN ACCESO A INTERNET, CONECTIVIDAD TELEFÓNICA, YA QUE SE CONECTAN DE MANERA SATELITAL, ADEMÁS FUE SENCILLO DAR DE ALTA A UNA ZONA QUE HAYA PERDIDO ESA POSIBILIDAD, PARA QUE TENGA CONECTIVIDAD DE DATOS, VOZ Y VIDEO, SIENDO QUE SON SOLUCIONES QUE SE PUEDEN LLEVAR PARA LEVANTAR UNA CONECTIVIDAD EN DETERMINADO SITIO”: FRANCISCO NARANJO, DIRECTOR DE CANALES PARA CISCO MÉXICO.

Como ya se ha dado cuenta, existen diversas herramientas que los fabricantes comercializan para que las empresas no se vean afectadas por la inhabilitación de actividades.



Luis Antonio Niño Ramos

des, aunque es menester aclarar que nada de lo anterior sería posible sin el correcto y continuo flujo eléctrico, ya que es el que provee de la fuerza vital para que cualquiera de las soluciones ofrezca alcances de protección y contingencia en la información, así bien la empresa Koblenz cuenta con equipo para soportar hasta por 60 minutos las actividades de una empresa, aunque si esto no bastara, están por lanzar al mercado equipos de compatibilidad de energía solar fotovoltaica, así lo anunció el Ingeniero de UPS de la marca, Luis Antonio Niño Ramos: “Estos equipos están muy próximos a salir al mercado y esto surge de la necesidad y la demanda de nuevas tecnologías y más al ver que nuestro país tiene todo el potencial para poder explotar al máximo este tipo de desarrollos, ya que somos de los países con mayor impacto por la radiación solar, es por ello que nuestra futura línea fotovoltaica estará enfocada no solo a una línea profesional para corporativos, si no que será igual de accesible para tenerlas en cualquier hogar de nuestro país”.



**INGRAM** MICRO

Los Mejores  
Lugares para  
Trabajar®

Great  
Place  
To  
Work.®

MÉXICO  
2020

**#23**

Ranking de los Mejores Lugares para Trabajar en México

**¡Juntos somos mejores!**

Síganos construyendo un gran lugar para trabajar

Great  
Place  
To  
Work.® **FORALL**<sup>™</sup>  
RANKING MÉXICO 2020

Pasando de la transformación de energía a su correcta administración, se encuentra un engrane de suma importancia como son las soluciones de software para monitoreo en tiempo real, de esta forma lo explicó Enrique Chávez: “Participamos activamente con otros desarrolladores de tecnología para integrar nuestros sistemas con otros alternos de generación de energía, como lo son la solar, eólica, celdas de combustible (fuelcells) y así garantizar la continuidad de las operaciones de los procesos de misión crítica; también estamos trabajando y hemos ya integrado aplicaciones donde a través de la infraestructura de UPS Eaton instalada y mediante sistemas complejos de monitoreo y software analítico podemos interactuar con la red para satisfacer los picos de demanda de energía y generar a los clientes ahorros en el costo de la energía eléctrica”.



Juan Pablo Borray

“EN PANDUIT HEMOS DESARROLLADO SOLUCIONES DE SOFTWARE DEDICADAS AL MONITOREO INDUSTRIAL EN TIEMPO REAL, COMO INTRAVUE Y SYNAPSENSE, QUE PERMITEN A LAS INDUSTRIAS CONOCER EL ESTADO DE LOS SISTEMAS DE MISIÓN CRÍTICA Y PREVENIR CUALQUIER TIPO DE FALLA. POR EJEMPLO EN UNA PLANTA DE PRODUCCIÓN EXISTEN DIFERENTES VARIABLES COMO LAS AMBIENTALES, DE CONSUMO DE ENERGÍA Y DE SEGURIDAD FÍSICA QUE DEBEN MANTENERSE EN CIERTOS PARÁMETROS PARA GARANTIZAR EL FUNCIONAMIENTO DE LOS SISTEMAS Y DISPOSITIVOS”: JUAN PABLO BORRAY, GERENTE DE DESARROLLO DE NEGOCIOS PARA LATINOAMÉRICA EN PANDUIT

## Contingencias sanitarias

A diferencia de los desastres naturales, las contingencias sanitarias conllevan una dificultad mayor para afrontarlas de forma correcta y salir bien librado, siendo que en las primeras es posible la ayuda en comunidad, mientras que en las segundas lo

recomendable es quedarse en casa para no potenciar los riesgos de contagio, es por ello que los instrumentos o herramientas de los cuales las empresas deben servirse para enfrentar una situación así están enfocados a otras áreas del negocio.

Las redes de telecomunicaciones y el software de colaboración han demostrado ser herramientas que ayudan a las empresas y consumidores, estando a disposición cada vez más de los negocios. El teletrabajo se popularizó y ha probado ser de una forma en que las empresas aumenten su productividad, además de evitar aglomeraciones por el estado actual de las cosas. Naturalmente, estas alternativas para la productividad residen en la nube y los proveedores de estos servicios deben asegurar la disponibilidad.



Juan José Delgado

“MICROSOFT ES EL PROVEEDOR DE NUBE CON LA MAYOR CANTIDAD DE REGIONES ALREDEDOR DEL MUNDO Y CRECIENDO. LA DEFINICIÓN DE UNA REGIÓN ES UN CONJUNTO DE CENTROS DE DATOS INTERCONECTADOS POR UNA RED DE BAJA LATENCIA Y CON FUENTES DE ENERGÍA, ENFRIAMIENTO Y REDES INDEPENDIENTES. ESTO PERMITE EL CONCEPTO DE “ZONAS DE DISPONIBILIDAD” DENTRO DE UNA REGIÓN. AL COLOCAR SERVICIOS EN UNA O MÁS “ZONAS DE DISPONIBILIDAD”, SE PREVIENE CONTRA DESASTRES NATURALES. AÚN MÁS ALLÁ, EXISTE EL CONCEPTO DE “PARES DE REGIONES” MEDIANTE EL CUAL LOS DATOS Y SERVICIOS PUEDEN REPLICARSE EN OTRA REGIÓN. POR EJEMPLO, MÉXICO CENTRAL Y WEST US O INCLUSO AUSTRALIA”: JUAN JOSÉ DELGADO, DIRECTOR DE TECNOLOGÍA EN MICROSOFT MÉXICO.

Dentro de los servicios de colaboración se encuentran diversos productos de software y hardware en los que se incluyen algunos enfocados a video, audio y datos.





# Somos tu verdadero aliado de negocios

**CT te da más:** más opciones de negocio, más líneas de crédito, más herramientas de comercio electrónico, más disponibilidad de inventario, más entrenamiento, más certificación, más asesoría personalizada y mucho más.

**14** líneas de negocio



**+15mil** skus en nuestro catálogo



**+200** Marcas líderes

**52 + 3** Sucursales CEDIS





## SOFTWARE DE COLABORACIÓN:

**Microsoft:** Microsoft 365, Microsoft Teams y Microsoft Azure

**Amazon Web Services:** Amazon DevOps, Amazon WorkDocs, entre otros

**Cisco:** WebEx Team, WebEx Meeting, entre otros.

## HARDWARE DE COLABORACIÓN:

**Jabra:** Panacast 360, Speak 710, etcétera.

**Amazon Web Services:** Snowball

Uno de los hardware que ha impresionado por su versatilidad, capacidad de almacenamiento (100 TB), además de procesamiento de cómputo, es el SnowBall, ya que resulta una herramienta conveniente en los casos de misión crítica por su alta velocidad que podría transmitir 100 terabytes en una semana o reducirse a la mitad con dos equipos, a diferencia de los 100 días que tardaría si se realiza con una conexión dedicada de 100 Mbps, además cuenta con seguridad y protección frente a manipulaciones indebidas utilizando carcasas que lo protegen, cifrado de 256 bits y un módulo de plataforma fiable Trusted Platform Module (TPM) estándar del sector diseñado para garantizar tanto la seguridad como la integridad de la cadena de custodia de los datos.

El Snowball es una herramienta que cambiará la actuación y mitigación de riesgos en casos de desastres naturales, contingencias o como un simple aliado que almacene su información, así lo aseguró Eduardo Patiño, arquitecto de soluciones en AWS: “Es un equipo que está preparado para soportar golpes, es seguro ya que la seguridad es clave para la información en uno de estos acontecimientos (COVID-19) y podemos enlazar la información o respaldarla hacia cualquiera de las 20 regiones de Amazon Web Services o también se puede correr On-premise, en modo desconectado que es otra de sus funcionalidades”.



Eduardo Patiño

En conclusión, los riesgos que enfrentan los canales, fabricantes, usuarios finales, así como las empresas en general son variados, pero a su vez, más de una compañía se ha abocado a dar respuesta y ofrecer diferentes productos o soluciones para mitigarlos y las operaciones no decaigan, incluso si no se pudiera trabajar desde la oficina.

Por otra parte, la situación que enfrenta el mundo actualmente, será un parteaguas que traerá nuevas oportunidades para la adopción de innovación tecnológica, y el canal debe estar atento con sus clientes.

# OFRECE LA MEJOR EXPERIENCIA EN HOME OFFICE



## Kits completos para trabajo en casa

¡El mundo cambia la manera en que trabaja! No te quedes atrás, brinda ambientes ideales para laborar con estos kits esenciales de Dell para convertir cualquier espacio en una oficina.



SKU: KT014XMX47

### Portátil Dell Latitude 5400

Procesador Intel Core i5  
• 8GB RAM • 256GB SSD

**+ Mouse y teclado inalámbricos**  
**+ Microsoft Office Home & Business**  
• 2019 SPA



SKU: KT014XMX48

### Portátil Dell Latitude 7400

• Procesador Intel Core i7 • 16GB RAM  
• 512GB SSD

**+ Mouse y teclado inalámbricos**  
**+ Microsoft Office Home & Business**  
• 2019SPA

## ¡Los compañeros de trabajo necesarios para una oficina están con Dell!

No aplican para proyectos.



Ahorra hasta un 80% en el Tóner Original HP con HP Neverstop Laser

## La primera multifuncional láser con tanque de tóner.

Reduce tus costos con la nueva tecnología de tóner recargable HP.

Impresora HP Neverstop Laser 1000w

Multifuncional HP Neverstop Laser 1200w



Diseñada para soportar altos volúmenes de impresión a una velocidad de 21 ppm (carta)



Controla tu impresora con HP Smart App

Imprime, copia y escanea desde tu celular con la mejor aplicación móvil de su clase.

Incluye tóner para imprimir hasta 5,000 páginas antes de tener que recargar.

© Copyright 2020 HP Development Company, L.P. Para más información y legales visita [www.hp.com.mx/neverstop](http://www.hp.com.mx/neverstop)