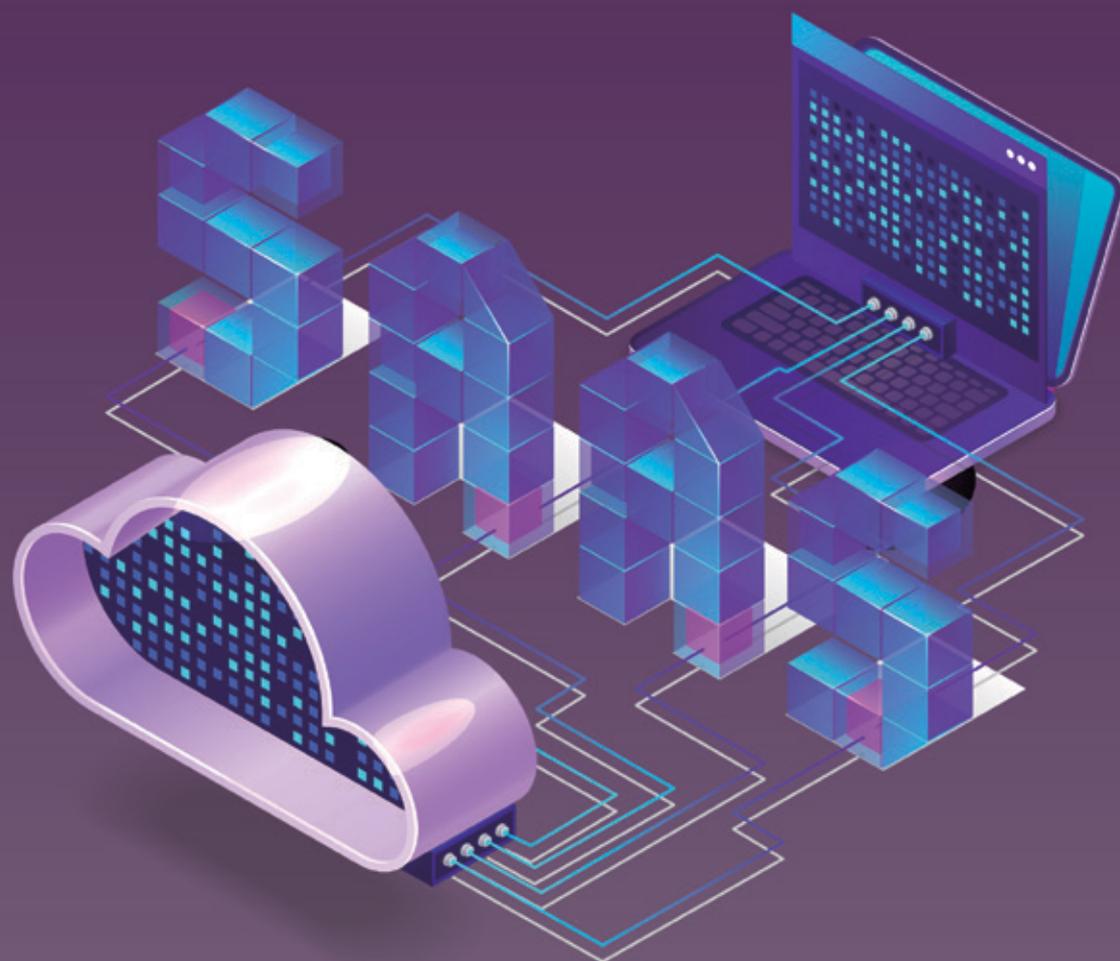


18 de Mayo 2020 · Año 29 | No. 1378

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL



‘TODO COMO SERVICIO’ 2 MILLONES DE PYMES DE OPORTUNIDAD

ADOBE

Añade más
valor al canal

ACER

Crea liga Predator

DELL

Mejora su propuesta
de almacenamiento

MARKETING DE CANAL TIC



eSemanal

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL
PARA EL CANAL TIC



CONTENIDOS
COMERCIALES



Anúnciate y conoce los servicios de eSemanal
ventas@esemanal.mx

☎ 55 5090 2055

☎ 5517040044



Álvaro Barriga •

Alrededor de 2 millones de PyMEs en la mira del 'XaaS'

La evolución en la manera de adquirir tecnología por parte de los usuarios ha dado paso a los modelos 'todo como servicio' o 'XaaS', que si bien no son nuevos en el país, ya que CompuSoluciones fue uno de los primeros mayoristas en incluir esta modalidad en su oferta, poco a poco se han ido sumando otros más con la finalidad de crear nuevas opciones al mercado.

En este modelo de negocio, el cliente en lugar de comprar equipos y software para su operación, lo renta todo, desde hardware, software y los servicios asociados para la manutención y buen funcionamiento.

A decir de especialistas, en México existe una oportunidad de casi 2 millones de PyMEs en posibilidad de adoptar el XaaS.

Cabe resaltar que las ventajas del modelo todo como servicio abre la puerta a la competencia directa entre las grandes empresas y las PyMEs, y se convierte en una oportunidad latente de negocio para el canal, ya que son el espectro de compañías en crecimiento, que seguramente una vez que pase esta contingencia estarán ávidos de implementar tecnologías a sus negocios.

A finales del mes pasado se celebró la edición 2020 del Red Hat Summit, en esta ocasión de manera virtual. El foro estuvo encabezado por Paul Cormier, presidente y CEO. En el evento se dieron a conocer novedades y avan-

ces de productos dirigidos a su ecosistema de partners, ya que una prioridad es concentrarse en lo que los clientes necesitan para ayudarlos.

Otra compañía que anunció su lineup de productos fue Axis, marca que dirige Leopoldo Ruiz, director regional en América Latina, quien destacó que la videovigilancia ronda en alrededor de 900 millones de dólares en la región y aseguró el mercado va a crecer a una tasa anual compuesta del 10.4%, aproximadamente. El directivo resaltó que el fabricante tiene el compromiso con su canal, ya que son una prioridad, por lo que es necesario que perciban la facilidad de hacer negocios con una oferta de valor para el usuario.

Con la finalidad de promover sus dispositivos especializados para el mercado gamer, Acer lleva a cabo la Liga Predator, al respecto, Alejandro Hernández, Gerente de Mercadotecnia para la marca en México, este tipo de esfuerzos están encaminados no sólo a entender a una audiencia y hacer crecer la marca, sino que tiene como objetivo contribuir al desarrollo profesional de los esports y de la escena PC gaming, conocer mejor a este segmento de mercado y abrir la puerta para que los canales conozcan a fondo y den seguimiento de las oportunidades de negocio, ya que el lenguaje es diferente para los gamers de los clientes empresariales.

© Semanal noticias del canal, no recomienda equipos ni marcas, tampoco resuelve dudas técnicas individuales por teléfono. Si tiene algo que comunicarnos, diríjase a nuestras oficinas generales o use alguno de los medios escritos o electrónicos. © Semanal noticias del canal, es una publicación semanal que se imprime una vez al mes por Contenidos editoriales KHE, S.A., de C.V., con domicilio en Pitágoras 504-307, Col. Narvarte, C.P. 03020, México D.F. Número de certificado de reserva: 04-2013-100817455000-102. Certificados de licitud y contenido de título: 14101, editor responsable: Francisco Javier Rojas Cruz. Se distribuyó por Impresores Encuadernadores S.A. de C.V. con domicilio en Guillermo Barroso 12-A, Fracc. Industrial las Armas, C.P. 54080, Tlalnepantla Edo. de México a partir del 18 de mayo. Los artículos firmados por los columnistas y los anuncios publicitarios no reflejan necesariamente la opinión de los editores. Los precios publicados son únicamente de carácter informativo y están sujetos a cambios sin previo aviso. PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL MATERIAL EDITORIAL E INFORMACIÓN PUBLICADA EN ESTE NÚMERO SIN AUTORIZACIÓN POR ESCRITO de Contenidos Editoriales KHE, S.A. de C.V.

PORTADA

16 EN MÉXICO EXISTEN 700 MIL PYMES aptas para pasar a la nube



DESARROLLADORES

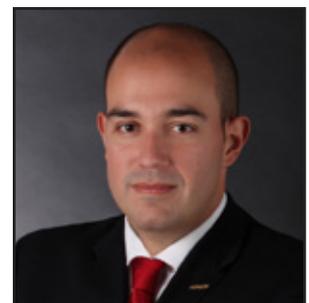
6 Con **ADOBE SIGN** la compañía fortalece al canal con mayores oportunidades de negocio



ADOBE

20 KASPERSKY LICENSE MANAGEMENT PORTAL, ya disponible para distribuidores

22 RED HAT SUMMIT 2020, celebró su primera edición virtual



KASPERSKY

FABRICANTES

8 ACER liga Predator 2020



ACER

12 DELL TECHNOLOGIES

anunció PowerStore con oportunidades para el canal



DELL

14 AXIS enriquece su portafolio

MAYORISTAS

10 Confinamiento aumenta la demanda de **SOLUCIONES DE COLABORACIÓN**



NEOCENTER

24 PRODUCTOS



BÚSCANOS EN:



/NOTICIASDELCANAL



/NOTICIASDELCANAL



ESEMANAL



ESEMANAL

WWW.ESEMANAL.MX

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

Con **ADOBE SIGN**, la compañía fortalece al canal con mayores **OPORTUNIDADES DE NEGOCIO**

IP

La marca estimula el mercado para sus canales a través de Adobe Sign, que posee particularidades rentables y escalables, para cualquier empresa, sin importar su tamaño.

Debido a la naturaleza de la plataforma, permite a las organizaciones agilizar sus procesos de firma digital con Adobe Sign, en cuanto a documentación se refiere. Además de ahorros en papel, también proporciona: seguridad, autenticidad y privacidad, que se traducen en argumentos diferenciados para que sus canales coloquen el producto en diversas verticales de negocio; además, para los especializados en estas soluciones, eventualmente se abre el espacio para promover servicios de consultoría y asesoría, que a sus vez, les abrirán una puerta para negocios futuros.

Propuesta de valor

La propuesta de Adobe Sign y su beneficio para los usuarios estriba en que las empresas de menor o mayor tamaño, siempre cuentan con procesos acompañados de documentos, incluso con áreas especializadas en las que todo este andamiaje se realiza en documentación física (papel) y resulta aún más engorroso cuando las firmas solicitadas no sólo tienen contemplados a los miembros de la compañía, sino que en algunas ocasiones se extiende a proveedores, otras organizaciones o clientes; motivo por el cual, Adobe Sign resulta tan conveniente, así lo aseguró el Director de Ventas de Canales en América Latina para Adobe, Darío Llorente: "Ahí es donde entra Adobe Sign y Adobe en general, con toda nuestra propuesta de Document Cloud para ayudar a las empresas a comenzar y obtener una transformación, no en el proceso como tal, pero sí en el acompañamiento de los documentos para llevarlos a digital y Adobe Sign puntualmente, en todo lo que son procesos o flujos de trabajo que requieren una firma digital o electrónica".

Durante estos procesos, un elemento importante y en cual Adobe colocó énfasis estuvo asociado a los temas de seguridad, ya que, si bien los desarrollos son confiables, había que transmitir la confianza a los usuarios y para ello obtuvieron certificaciones a nivel global, principalmente para empresas multinacionales que buscan procesos de firma internacional (la integridad de los documentos está certificada por Verisign), además de estar apegados a las políticas de cada país en relación a la protección de datos, transparencia de la arquitectura de la solución, los niveles de encriptación o cifrado, el backup y más. De esta forma se garantiza que el documento enviado sea de la persona o departamento correcto y auténtico, con la certeza de que no haya sido modificado y se pueda auditar.



DARÍO LLORENTE

“Todo este proceso de firma, hace que con Adobe Sign sea mucho más seguro, más fácil y transparente, de lo que es incluso actualmente, con documentos en papel, asimismo goza de un retorno en cuanto eficiencia y productividad en las corporaciones”: Darío Llorente.

El mercado destino para esta solución es tan amplio como la cantidad de empresas que existen, incluyendo al sector gobierno, aunque se encuentran algunos sectores con mayor afinidad donde la firma electrónica es más natural como el sector de finanzas, jurídico legal o recursos humanos, pero no se limita a estos.

Las soluciones de Adobe están disponibles a través de los mayoristas Nexsys de México e Ingram Micro México.

Cabe mencionar que los canales de Adobe Gold o Platinum que estén certificados pueden comercializar el modelo de licenciamiento VIP (Value Incentive Plan) en sus versiones Enterprise y Business, con modalidad por licencia o usuario, pero no son los únicos, ya que en el compromiso del fabricante también está otorgar oportunidad para todos y eso incluye aquellos dirigidos a empresas pequeñas o medianas, para lo cual es posible vender por transacción y está abierto a cualquier canal. Sin embargo, un nuevo propósito de la marca ha llamado fuertemente la atención, y es que está capacitando de forma técnica a un grupo de 150 personas (dentro de su programa de canales APC) en América Latina, que pertenecen a canales que darán servicios a empresas que integren la solución Adobe Sign con otras como software Enterprise, CRM, ERP, software para manejo de talento, RRHH, etcétera.

“En un corto plazo vamos a tener un grupo selecto de canales con infraestructura y el conocimiento para atender una serie de oportunidades, donde se requiere ya un proceso de preventa, pruebas de concepto, tener una estructura de servicio y todo lo que es Customer Success Manager para poder desarrollar esas oportunidades”: Darío Llorente.

Una característica destacable de Adobe Sign es que al tiempo que se realizan los flujos de trabajo, se da la integración nativa con Office 365, Teams de Microsoft, Acrobat o en PDF, esto sin dejar de lado que el usuario determina quienes serán las personas que firmen, si habrá un orden específico de quién lo hará primero y con la ventaja de enviar hasta 300 documentos a la vez, para que estas personas lo aprueben desde un equipo de trabajo, un smartphone o una tablet, sin restricción de algún sistema operativo.

“En cuanto a las firmas, en caso de que se requiera un orden específico, las personas sólo van a recibir el documento hasta que el firmante previo lo haya hecho. Cuando no se requiere ese orden, sencillamente todos pueden firmar a la vez. Y una vez que las firmas del documento se completan, cada persona

que participó en el proceso va a recibir una copia con la trazabilidad del documento que es totalmente auditable. Todo este proceso está certificado por Verisign a nivel global”.

La compañía ha tenido resultados de largo alcance, que incluso su éxito no sólo se reduce al sector educativo, sino que se ha hecho presente en el sector de seguros, empresas multinivel, manejo de staff y sector de la construcción, debido a la facilitación y rapidez con que se resuelven situaciones, que anteriormente, ni si quiera se pensaban como tiempos muertos o perdidos para las actividades de firma.

“Las áreas de logística están necesitando de Adobe Sign para mantenerse activos. El Covid-19 hizo que todo esto se acelerara muchísimo. El interés de pasar procesos de aprobación que requerían firma a una metodología digital, precisamente para mantenerse activos durante este periodo del cierre, igualmente otra área que también hemos visto con gran demanda es la parte de investigación de mercados, encuestas y todo lo relacionado con ello”: Darío Llorente.

Por otra parte, los márgenes de ganancia para sus partners como para nuevos canales es atractivo, el Deal Registration arranca con 30% si éste registra y cierra el negocio, pero eso no es todo, en un esfuerzo constante por motivarlos promete un 20% más, como parte de un acelerador, de esta forma es factible ganar hasta un 50% en el valor total de la negociación, esto sin tomar en cuenta los servicios de consultoría.

Adobe provee a sus socios capacitaciones, certificaciones, financiamientos y acompañamientos. En el mes de marzo comenzó un tour por América Latina con capacitaciones y apoyos para los canales. Es importante mencionar que la compañía ha llevado a cabo entrenamientos puntuales en Latam sobre Adobe Sign, y continuarán con una certificación de la solución. También capacitan de manera constante sobre temas de producto y licenciamiento a sus canales, “tenemos una certificación sobre la consola de administración, el servicio de White Glove que da soporte al canal con cualquier problema de implementación o administración de consola, contamos con una plataforma llamada Concierge, que para algunos de nuestros partners, como beneficio, cuentan con un servicio de CLM (Customer Lifecycle Management) que incluye campañas activas para generación de demanda y por último el APC (Adobe Partner Connection) Club, un programa de incentivos para los ejecutivos de venta de nuestros partners”, afirmó el director.

Ingram Micro:

Alejandro Gomez Alejandro.Gomez2@ingrammicro.com

Luis Rojas luis.rojas@ingrammicro.com

Nexsys

Roberto Navarro Consul.AdobeMx@nexsysla.com

ACER

liga Predator

2020

Texto:Raúl Ortega

• EL FABRICANTE CONTINÚA GANANDO TERRENO EN EL GAMING Y LOS ESPORTS.

ACER CONVOCÓ EN DISTINTAS REDES SOCIALES, A LOS AMANTES DE LOS VIDEOJUEGOS A PARTICIPAR Y PRESENCIAR SU LIGA PREDATOR, DE ESTA FORMA BUSCAN AFIANZARSE EN EL MERCADO GAMER, QUE CADA VEZ CRECE MÁS EN LA REGIÓN Y PRINCIPALMENTE EN MÉXICO.

 Con más de 10 mil jugadores inscritos en las dos temporadas pasadas, esperan que este año se supere dicha cifra, siendo que los premios para la presente edición rondan los 120 mil pesos en productos de la marca. La temporada arrancó con dos torneos principales: PUBG y Rainbow Six, es importante destacar que habrá otros mini torneos en los que se invitó al público a participar.

“Para mantener atractiva y novedosa la competencia, este año tendremos sorpresas para los participantes durante el torneo y en la Gran Final, al cierre de la competencia, incluyendo atractivos premios”: Alejandro Hernández, Gerente de Mercadotecnia para Acer México.

Alejandro Hernández is sitting on a light blue armchair in a room with wooden walls and a bookshelf filled with books. He is wearing a grey blazer over a plaid shirt and dark trousers. A white text box with green text is overlaid on the top right of the image.

Alejandro Hernández

“El segmento gamer es un mercado muy atractivo valuado en millones de dólares en la actualidad y aún con un enorme potencial de crecimiento en nuestro país; por ello, es importante que los canales se capaciten a profundidad y se conviertan en expertos en la materia para lograr beneficiarse del negocio que representa esta industria”: Alejandro Hernández.

Canales

Los esfuerzos que realizó el fabricante están encaminados no sólo a entender a una audiencia y crecer la marca, sino que tiene como objetivo principal generar demanda de productos gaming, contribuir al desarrollo profesional de los esports y de la escena PC gaming, conocer mejor a este segmento de mercado y abrir la puerta para que los canales conozcan a fondo y den seguimiento de las oportunidades de negocio y exigencias que esta industria está solicitando de forma constante.

El ejecutivo añadió que el mercado gamer tiene necesidades muy particulares, por lo que el discurso debe ser diferente al que normalmente se usa con el consumidor empresarial. Indicó que muchos usuarios finales no solo compran una vez, sino que lo hacen recurrentemente en búsqueda de mejoras en el procesamiento y la capacidad de sus equipos para tener siempre la experiencia de juego óptima, además de que son propensos a adquirir periféricos y accesorios, como monitores, teclados o mouses especializados. También, suelen reconocer y agradecer una asesoría profesional especializada.

Este tipo de eventos ayudan a impulsar la difusión del gaming, con lo cual se recalca la importancia de que los canales posean un conocimiento profundo en la materia y convertirse en asesores técnicos especializados, apoyados en Acer, a través de gerentes de cuenta, equipo sell out que trabajan con los principales mayoristas y resellers que ofrecen asesoría de equipo de cómputo especializados, todo ello con la intención de explotar la oportunidad de negocio en un mercado relativamente nuevo, pero con un crecimiento en potencia.

Así bien, la esperada final tendrá lugar el 5 de septiembre 2020 y será un evento especial, con esto el fabricante apuesta por ser identificado como una referencia en el mundo del gaming, para ello ha trabajado con ahínco en el blog de contenido especializado, Predator Checkpoint, que reúne información del mundo gamer con noticias sobre torneos, lanzamiento de nuevos títulos, sorpresas por parte de los creadores de videojuegos y más.

CONFINAMIENTO aumenta la demanda de soluciones de COLABORACIÓN

NEOCENTER REUNIÓ POR PRIMERA VEZ A REPRESENTANTES DE LAS MARCAS I3-TECHNOLOGIES, LOGITECH Y BIAMP HRT EN EL WEBINAR “CONECTA, COMPARTE, COLABORA. TECNOLOGÍAS PARA EL ESPACIO LABORAL DEL NUEVO MUNDO”, DONDE SE ABORDÓ LA RELEVANCIA DE LA COLABORACIÓN EN LA CUARENTENA PARA MANTENER LA OPERACIÓN DE LAS EMPRESAS.

Texto: Anahi Nieto

Debido al confinamiento, el comportamiento y consumo de los usuarios ha visto un cambio importante, pues ahora, las herramientas de videoconferencia son más necesarias que nunca, de acuerdo con Alejandro Apan, CEO de Neocenter. Por su parte, Carlos Murillo, gerente regional para Latinoamérica y el Caribe en I3- Technologies, fabricante especializado en tecnologías interactivas para la colaboración en grupo, dijo que en estos momentos era necesario reinventarse en los diferentes contextos, y pensarlo no era suficiente, sino ponerlo en práctica. Puso como ejemplo de reinventar el negocio a algunas empresas como Grupo Modelo, el cual comenzó a producir gel antibacterial al notar la gran oportunidad que había al no existir suficiente producto en stock; también expuso el caso de Volaris y su activa participación para transportar equipo para la atención de COVID-19.

El directivo hizo énfasis en que estos momentos demandan una acción inmediata de las compañías, en especial cuando, de acuerdo con cifras que presentó, 6 de cada 10 directores en México decidieron quedarse a hacer teletrabajo aún después de la cuarentena.

Ello representa que al terminar la contingencia sanitaria existirá un nuevo normal que, no sólo abre diversas oportunidades de negocio, sino que en específico requiere estabilizar la comunicación remota en las empresas; ese es ahora el futuro del mercado laboral.



Ese nuevo espacio laboral demandará tanto software como hardware, así como diversas soluciones para el aislamiento de ruido externo o cancelación de ruido activo, por ejemplo; todo lo necesario para poder tener un ambiente organizado de trabajo.

En tanto, José Zuñiga, pre sales Latam Footprint Latin America para HRT, dijo que la demanda en el mercado para facilitar las reuniones ha crecido, en especial las soluciones que permiten un espacio libre de cables y equipos para dos a seis personas. Otra tendencia que identificó fueron los Smart Rooms, pues facilitan que un espacio abierto se convierta en uno colaborativo.

Por su parte, Rubén Hernández, gerente de Cuentas en VC Logitech, mencionó la evolución que ha tenido el fabricante, así como su visión sobre crecer junto a las computadoras, con aplicaciones en la nube agnósticas a todas las plataformas.

“No estamos trabajando desde casa, estamos tratando de trabajar en medio de una crisis; por ello, es crucial ser asertivos en la comunicación, desarrollar las habilidades en redes sociales y en programación básica, leer los emails y ser más efectivos”: Javier Arenas, service & sales support LATAM en i3- Technologies.

Los especialistas coincidieron en que la pandemia por COVID-19 aceleró un cambio que ya se venía dando en el mercado, por lo cual es necesario que las personas comprendan que las cosas ya cambiaron y la forma de trabajar también.

-Sólo el 5% de las salas de reunión que existen en México están equipadas; la oportunidad reside en el 95% de salas restantes que no cuentan con este tipo de soluciones.

**-Hay 53 millones de salas a nivel mundial
-En México hay 800 mil salas y sólo 40 mil están montadas, por lo tanto, existen 760 mil salas listas para ser abordadas**

Se hizo énfasis en que las ventas de este tipo de soluciones deben ser consultivas a fin de que los distribuidores recomienden a los usuarios el equipo que mejor se adapte a sus necesidades, pues existe un amplio portafolio para cubrir cada requerimiento. Alejandro Apan concluyó al detallar que, en el pasado, las empresas pensaban que no era necesario cambiar; sin embargo, ahora ven la nueva oportunidad que existe para hacerlo gracias al portafolio de alternativas que existe para equipar un espacio de colaboración.

DELL TECHNOLOGIES

ANUNCIÓ **POWERSTORE** CON OPORTUNIDADES PARA EL CANAL

EL FABRICANTE ANUNCIÓ EL LANZAMIENTO DE SU NUEVA PLATAFORMA DE STORAGE, POWERSTORE, DISEÑADA PARA SOLUCIONAR LAS NECESIDADES QUE SE APROXIMAN ALREDEDOR DE LOS DATA CENTER, SUSTENTADA EN TECNOLOGÍA DE ÚLTIMA GENERACIÓN, AUTOMATIZACIÓN INTELIGENTE Y UNA NUEVA ARQUITECTURA DE SOFTWARE.

Texto: Anahi Nieto

La compañía se dijo orgullosa de presentar un cambio de paradigma en la nueva era del data center, y creen que la nueva solución revolucionará la industria por completo y permitirá que el portafolio sea más sencillo para los clientes.

“Dentro de la situación que nos toca vivir siempre hay oportunidades, y, afortunadamente, estamos trayendo al mercado una solución para tener mayores oportunidades. En Dell Technologies estamos para resolver las necesidades del negocio con tecnología”, dijo Álvaro Camarena, vicepresidente senior de canales para Latinoamérica de la marca.

El directivo señaló que la transformación digital traerá necesidades, por lo que aquellas empresas que quieran ser exitosas tendrán que volverse digitales, ser multicloud e impulsarse por medio de datos.

Además, Camarena dijo que dicha transformación trae consigo oportunidades para todos, en medio de una lluvia de tendencias tecnológicas, en especial con la modernización de infraestructura.

En tanto, Christiano Lucena, vicepresidente de data center en Dell Latam, recordó que los canales son una parte fundamental para el ecosistema de la empresa, pues a través de ellos pueden expandir la cobertura que tienen.

Por su parte, Felipe Montenegro, líder de Storage para canales de Latinoamérica del fabricante, dijo que la plataforma tiene un enfoque en la innovación de infraestructura, un rendimiento optimizado con posible escalamiento vertical y horizontal.



ÁLVARO CAMARENA

Además, por medio de esta solución se automatizan los procesos de provisión de almacenamiento, se pueden implementar nuevos recursos en cuestión de segundos, en lugar de días; elimina pasos manuales para reducir riesgos, reducción de datos en línea, es programable de una manera inteligente y habilita la automatización de DevOps.

La arquitectura que presenta es autónoma, con automatización y machine learning integrada, por lo cual es posible optimizar los recursos de los sistemas, desempeño, reducir el consumo de tiempo y los costos.

Montenegro destacó que la solución funciona en cualquier carga de trabajo y tiene una implementación flexible que moderniza sin interrupciones, detecta anomalías antes de que ocurra un problema y ayuda a planear futuras necesidades de almacenamiento, por lo que es proactiva y preventiva.

PowerStore está disponible a través de pruebas de concepto o demos, con lo que al canal se le facilitará dar a conocer la solución a los clientes y generar mayores ventas.

Parte de los beneficios que los partners reciben por parte del fabricante son programas de incentivos diseñados para su crecimiento con incentivos monetarios para la fuerza de ventas del canal de hasta el 8%, atractivos reembolsos, webinars para capacitarlos y certificación gratuita.

Camarena resaltó la importancia de que los canales sean socios estratégicos del usuario haciéndose consultores y así poder crecer juntos, y, finalizó: “invitamos a los partners a que conozcan el producto, estamos cada vez más cerca de ustedes y queremos que cada vez sea más fácil poder hablar con el cliente final y vea las fortalezas de nuestra solución”.

AXIS

ENRIQUECE SU PORTAFOLIO

Autor: **Anahi Nieto**



CRECE VIDEOVIGILANCIA A DOBLE DÍGITO.



LEOPOLDO RUIZ

P

or medio de un tour virtual, el fabricante dio a conocer la nueva línea de productos con mejoras tecnológicas que impulsarán durante este año.

El sector de videovigilancia se ha vuelto un aliado para las empresas para ayudarlas a mejorar sus procesos operativos, generar análisis de la información que recaban, prevenir riesgos, disminuir tiempos de respuesta y generar un mayor retorno de inversión, según explicó Leopoldo Ruiz, director regional de Latinoamérica para Axis.

“LA VIDEOVIGILANCIA RONDA ALREDEDOR DE 900 MILLONES DE DÓLARES EN LATINOAMÉRICA Y EL MERCADO VA A CRECER A UNA TASA ANUAL COMPUESTA DEL 10.4%, APROXIMADAMENTE, LO QUE MARCA UNA TENDENCIA INCREMENTAL POR EL USO DE ESTAS TECNOLOGÍAS”: LEOPOLDO RUIZ.

Debido a tal auge de este mercado, uno de los objetivos del fabricante es continuar innovando y desarrollando soluciones capaces de soportar los desafíos de seguridad y rentabilidad que la industria requiere.

Además, el directivo explicó que los consumidores siguen invirtiendo en los nuevos productos y se han abierto otros nichos de mercado. Aunado a ello, el fabricante busca que los canales noten el compromiso que tienen en la región y poder consolidar una sinergia.

“Queremos ser una empresa con la cual sea fácil hacer negocios”, puntualizó Ruiz, por lo que destacó su amplio portafolio de cámaras de videovigilancia, y los nuevos lanzamientos como cámaras termografías, con multisensor,



accesorios, soluciones de analíticas y de audio IP, entre otros.

La novedad

El fabricante dio a conocer la necesidad de generar más tecnología inteligente que procure la seguridad de los datos al mismo tiempo que disminuya el impacto ambiental que los productos dejen en el ecosistema, Axis avanzó al crear la primera cámara IP y dijeron, no se detendrían.

Por su parte, Manuel Zamudio, gerente de asociaciones para la compañía, presentó las innovaciones que estarán disponibles a través del canal de distribución:

M3064/5/6-V y AXIS M3075-V Network Cameras: dispositivos resistentes al vandalismo, ofrecen opciones de resolución 720/1080/4MP. Utilizan la mayor cantidad de plásticos reciclados y no contienen PVC, por lo que es un producto totalmente amigable con el medio ambiente.

M3115/16-LVE: modelos diseñados para exteriores, resistentes al vandalismo, cuentan con tecnología con LED IR y tienen una resolución de 1080 o 4MP, además, poseen características de seguridad cibernética mejoradas a través de un firmware autorizado.

Q9216-SLV Network Camera: cuenta con tecnología LED IR invisible para reducir riesgos y para proporcionar advertencias oportunas al personal de seguridad en situaciones peligrosas.

P5654-E PTZ Network Camera: este dispositivo aumentará en un 33% el FOV horizontal, lo que facilitará el manejo de áreas más amplias.

Live Privacy Shield: analítica de enmascaramiento basado en píxeles, que puede cubrir de forma segura la privacidad de las personas.

Guard Suite: análisis de video robusto y fácil de usar para detectar amenazas y dar señales de alerta.

C1310-E Network Horn Speaker: un complemento para los sistemas de vigilancia existentes, ya que permite que las llamadas o mensajes grabados se utilicen como elementos de disuasión ante riesgos potenciales.

C1410 Network Mini Speaker: su amplio patrón de dispersión significa que puede cubrir un área grande sin tener que incrementar el tamaño del dispositivo. Es ideal para salas de espera, pasillos o pequeñas áreas abiertas.

“En Axis el compromiso con nuestro canal es una prioridad, por lo que seguimos trabajando en toda la región para hacer llegar nuestras soluciones de vanguardia y lograr un mundo más inteligente y seguro”, concluyó Leopoldo Ruiz.



MANUEL ZAMUDIO

EN MÉXICO EXISTEN 700 MIL PYMES APTAS PARA PASAR A LA NUBE

www.youtube/noticiasdelcanal

• DE LOS 5 MILLONES DE PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, ENTRE 1.5 Y 2 MILLONES ESTÁN HABILITADAS PARA INVERTIR EN TECNOLOGÍA, DE LAS CUALES EL 35% TIENE EL POTENCIAL PARA PASAR A LA NUBE DAAS, UN MODELO DE 68 MILLONES DE DISPOSITIVOS PARA FINALES DE 2020: IDC

Texto: Raúl Ortega

En la actualidad, las tecnologías se han convertido en una parte fundamental de la vida de las personas como de las empresas, lo cual incluyó la compra de hardware, software y soluciones, para ampliarse a servicios de renta por uso, con opciones que han resultado convenientes, principalmente para las compañías pequeñas que inician y no cuentan con grandes presupuestos para realizar inversiones, para ellas se ofertan servicios de Software como Servicio (SaaS), Infraestructura como Servicio (IaaS), Plataforma como Servicio (PaaS), también conocido como XaaS o todo como servicio, impulsando el negocio del usuario final y la oferta que los canales tienen para ofrecer.

Todo como servicio (XaaS) ha sido creado para expresar la idea de “algo como un servicio”. Este acrónimo hace referencia a un número creciente de servicios que se han suministrado a través de internet en sustitución de la forma tradicional (local). XaaS, forma parte de la esencia de computación en la nube con servicios principales que incluyen SaaS, IaaS y PaaS.

¿Qué significa XaaS?

El término Software as a Service (SaaS), se convirtió en un concepto bastante conocido actualmente, se refiere a un Proveedor de Servicios de Aplicación (ASP), que realiza el hosting de un software al que se puede

acceder desde cualquier lugar. Este tipo de aplicación se impulsó principalmente a partir del concepto de computación en la nube, lo cual permitió que, además del software, se pudieran ofrecer otros tipos de actividades como servicio, así lo explicó el director general de Select, Ricardo Zermeño: “El origen es servicios de aplicaciones en la nube, Software as a Service hace más de 10 años y después se extiende a Infraestructura as a Service (IaaS) Plataforma as a Service (PaaS), todo ello como concepto de cómputo en la nube, pero realmente la idea se extiende y pasa a ser XaaS o todo como servicio”.



RICARDO ZERMEÑO

“ES UN NUEVO MODELO DE NEGOCIO; EN LUGAR DE QUE EL CLIENTE COMPRE EQUIPO, LO RENTA Y NOSOTROS, COMO LENOVO, LE PROPORCIONAMOS LOS SERVICIOS ASOCIADOS PARA LA MANUTENCIÓN Y BUEN FUNCIONAMIENTO DE ESTOS DISPOSITIVOS”: MANUEL ARREDONDO, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER EN LENOVO



“EL ORIGEN ES SERVICIOS DE APLICACIONES EN LA NUBE, SOFTWARE AS A SERVICE HACE MÁS DE 10 AÑOS Y DESPUÉS SE EXTIENDE A INFRAESTRUCTURA AS A SERVICE (IAAS) PLATAFORMA AS A SERVICE (PAAS), TODO ELLO COMO CONCEPTO DE CÓMPUTO EN LA NUBE, PERO REALMENTE LA IDEA SE EXTIENDE Y PASA A SER XAAS O TODO COMO SERVICIO”: RICARDO ZERMEÑO



MANUEL ARREDONDO

Un elemento que es insoslayable para entender la evolución que ha presenciado la tecnología, está conexas a las culturas generacionales y sus formas de trabajar con estas herramientas; anteriormente, las personas buscaban inversiones que les dieran seguridad sobre los productos o servicios que compraban; sin embargo, al pasar de los años las nuevas generaciones se inclinan por tener y pagar por lo que usan, sin compromisos de pagos recurrentes, ejemplo de ello son las plataformas multimedia con Netflix o de hospedaje con Airbnb, lo cual también arroja luz sobre el auge creciente en servicios como son XaaS, además de esbozar algunas de las razones por las que empresas optan invertir en suscripciones OPEX (Gastos operativos), en lugar de equipos o licencias perpetuas asociados a bienes físicos (CAPEX).

COMPUTACIÓN EN LA NUBE:

IaaS (Infraestructura as a Service) o Infraestructura como Servicio: El cliente adquiere del proveedor externo todos los recursos, como son servidores, espacio de almacenamiento en un centro de datos o equipamiento para redes. De los tres tipos de servicios, es el que mayor control otorga al usuario y, en consecuencia, el que tiene mayor complejidad de uso. Ideal para desarrolladores, ya que es posible escoger el sistema operativo, tamaño de almacenamiento y más. Ejemplos de IaaS son Microsoft Azure y Amazon Web Services.

PaaS (Platform as a Service) o Plataforma como Servicio: Se proporciona la plataforma para el desarrollo de aplicaciones, mantenimiento y gestión. Ofrece todo lo que se necesita para completar el despliegue de dichas aplicaciones o servicios web. Ejemplo de PaaS es Google App Engine, donde los desarrolladores pueden crear sus aplicaciones en Java o Python.

SaaS (Software as a Service) o Software como Servicio: El cliente hace uso de un software que se encuentra alojado en la nube. El mantenimiento, desarrollo, soporte y operaciones es responsabilidad de la empresa que ofrece el servicio. Cualquier servicio web de correo electrónico, como Gmail son ejemplos de SaaS.

Mercado

Sin temor a equivocarse, Ingram Micro aseguró que la mayor demanda está focalizada en SaaS, siendo que es lo más común para requerir, con servicios como paquetería Office, Adobe y otros, aunque la infraestructura como servicio tomó relevancia por la coyuntura internacional que se vive (Covid-19); en entrevista para **eSemanal**, Óscar López, Senior Cloud Manager/ Cluster Mexico, Colombia, Perú en Ingram Micro, lo explicó: “La IaaS, bajo el momento internacional en que nos encontramos, cobra relevancia, con ofertas de infraestructura como servicio entre las que se encuentran Microsoft Azure e IBM Cloud. Sin duda hemos visto un alza en los clientes y usuarios finales que están requiriendo cada vez más estas ofertas como servicio, que les permita atacar la contingencia y llevar su operación desde cualquier lado. La disponibilidad de la información es lo más

importante actualmente”. Es evidente que entre un mar de opciones ha resultado difícil elegir alguna que se adecuó a las necesidades del negocio o bien que tenga opciones flexibles de contrato para que el canal tenga un argumento más para la venta, es por ello que Team enfocó sus recursos para acercar opciones en servicios de calidad, con la ventaja de contar con planes que tienen

alcance en mini, pequeñas, medianas o grandes empresas.

“NOSOTROS QUEREMOS DIFERENCIARNOS. HAY POCOS PROVEEDORES DE SERVICIO O EN NUESTRO CASO MAYORISTAS, QUE ESTÉN DANDO UNA OFERTA DE VALOR EN EL TEMA DE AS A SERVICE, YA QUE BUSCAN ESQUEMAS ADMINISTRADOS DONDE TE COMPROMETAS 2, 3 Ó 5 AÑOS (ESQUEMAS QUE TAMBIÉN MANEJAMOS NOSOTROS), PERO NUESTROS DIFERENCIADORES SON, SOBRE TODO PARA LOS TEMAS DE CONTINGENCIA QUE ESTAMOS VIVIENDO, SOLUCIONES DESDE UNA SEMANA, TRES MESES, UN AÑO EN PC AS A SERVICE O WIFI AS A SERVICE. ESTO NOS CONVIERTE EN UN DIFERENCIADOR, YA QUE PAGAN POR LO QUE CONSUMEN, EL TIEMPO QUE LO NECESITAN Y SIN ALGÚN COMPROMISO A UN PLAZO FORZOSO”. PERCIVAL LIMÓN, CHIEF SERVICES OFFICER EN TEAM.



ÓSCAR LÓPEZ



PERCIVAL LIMÓN

Como ya se habló, los servicios SaaS, PaaS e IaaS son algunos de los que mayor demanda tienen en el mercado, esto se debe a sus implicaciones que tienen dentro de una organización, siendo que resultan ser pilares para la construcción, mantenimiento y desarrollo de cualquier empresa que tenga fines de perdurar, lo cual ha funcionado y crecido de manera exponencial que los servicios se han multiplicado o exportado a casi cualquier solución en la industria de la TI, entre los que se encuentran seguridad, virtualización, respaldos, DRP, migraciones, comunicaciones, RPAs, algoritmos y más. Quizás, unos de los servicios más atractivos para iniciarse, aunque en absoluto nuevo, sea Device as a Service (DaaS) que tiene como principal función proveer de equipo de hardware (impresoras, smartphones, laptop, tablets, desktop y centro de datos) y facilitar las tareas en una compañía, además, algunos de estos servicios van acompañados de análisis y soporte.

“ALGUNOS CLIENTES DE HARDWARE HAN ARRANCADO CON IMPRESIÓN COMO SERVICIO, DONDE PAGAN POR HOJA IMPRESA EN LUGAR DE ADQUIRIR SUS EQUIPOS. TAMBIÉN LOS PROYECTOS DAAS, DONDE SE IMPLEMENTAN PROYECTOS COMPLETOS DE CÓMPUTO ADMINISTRADOS, DESDE LA CARGA DE IMAGEN HASTA EL FIN DEL CONTRATO. CONFORME AVANZA LA ADOPCIÓN DE LOS MODELOS XAAS, TAMBIÉN LO HACE LA OFERTA HACIA OTROS SERVICIOS, COMO SON: SEGURIDAD, VIRTUALIZACIÓN, RESPALDOS, DRP, MIGRACIONES, COMUNICACIONES, RPAS, ALGORITMOS, ENTRE OTROS”. JOSÉ MEDINA MORA DE LEÓN, GERENTE DE PLATAFORMAS DIGITALES EN COMPUSOLUCIONES.



JOSÉ MEDINA MORA DE LEÓN



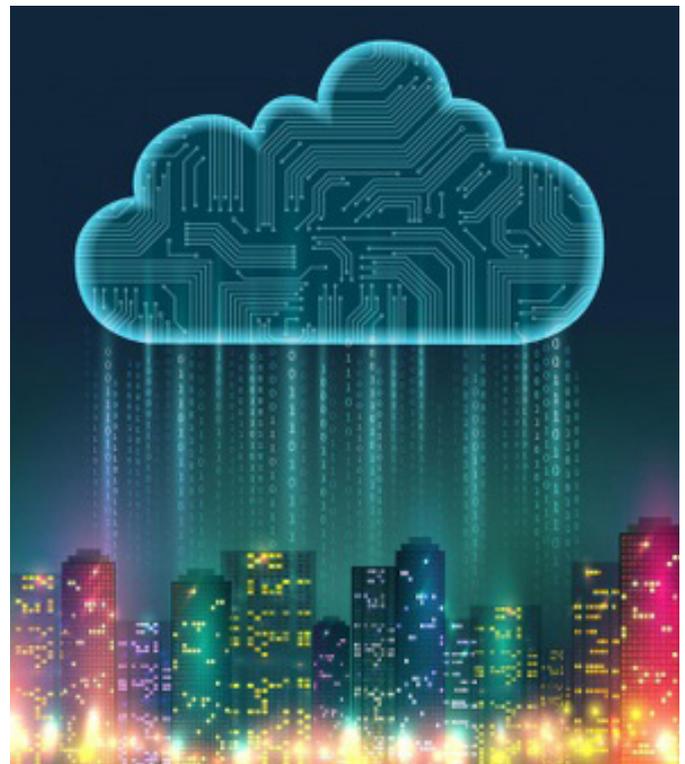
Por otro lado, como ya se ha visto la oportunidad de negocio que lograrían concretar los canales prestando servicios, no sólo son variadas, sino que resultan ser altamente rentables debido a la estructura comercial (pago por uso) y los formatos de contrato (semanas, meses y años) que están disponibles con los diferentes mayoristas; un ejemplo claro lo representa HP Inc., que oferta servicios DaaS, los cuales según un estudio de la consultora IDC, para finales de 2020, 68 millones de dispositivos estarán dentro del modelo Device as a Service, de esta forma abundó en el tema el Especialista de Ventas de Servicios (de Ciclo de vida del producto) en HP Inc. México, Miguel Ángel López: “68 millones de dispositivos para finales del 2020 estarán dentro del modelo DaaS. En ese mismo año, el 20% de las adquisiciones de cómputo serán bajo un modelo de suscripción que incluye nube pública, servicios de algún tercero, modelos de consumo de infraestructura y software entregados a través de pago por uso”.



MIGUEL ÁNGEL LÓPEZ

“EN MÉXICO EXISTEN 5 MILLONES DE PYMES, DE LAS CUALES ENTRE 1.5 Y 2 MILLONES, SON LAS QUE ESTÁN EN POSIBILIDAD DE INVERTIR EN TECNOLOGÍA. ESTAMOS HABLANDO QUE LA INCLUSIÓN DE NUBE PARA ESE SECTOR ESTÁ ALREDEDOR DEL 35%, LO CUAL SIGNIFICA UN MERCADO ENORME QUE PUEDEN IRSE A LA NUBE”. TEAM.

En conclusión, las ventajas de todo como servicio o modelo bajo demanda abren la puerta de la competencia directa entre las grandes empresas y las pequeñas o medianas, lo cual se convierte en un eje de negocio latente para el canal, siendo que el espectro de compañías en crecimiento (PyMEs), son el grueso del sector económico del país; de esta forma, el último eslabón de la cadena de distribución otorga beneficios a sus clientes, que se enmarcan en reducción de costos para hardware, software y personal especializado en configurar y mantener el servicio, además de colocarlos en el mapa virtual, que se traduce en proyección para las organizaciones.



KASPERSKY

LICENSE MANAGEMENT PORTAL, YA DISPONIBLE PARA DISTRIBUIDORES

www.youtube/noticiasdeicanal

Autor: Anahi Nieto



En medio de la pandemia por COVID-19, donde muchas empresas se vieron forzadas a acelerar su transformación digital y realizar trabajo remoto, la ciberseguridad vuelve a tomar un papel protagonista, por lo que Kaspersky anunció

el lanzamiento de una plataforma de gestión de licencias para automatizar y facilitar el comercio de éstas.

Desde el 6 de abril, Kaspersky License Management Portal, herramienta de autoservicio, está disponible para todos los partners del desarrollador en Latinoamérica, según expuso Gustavo Cols, Director de Canales B2B para América Latina en la compañía. Cols detalló que, por medio del portal, los socios de negocio pueden solicitar licenciamiento de todos los productos de protección de end point de manera automática dando de alta la información del cliente, seleccionando el producto y el tipo de licencia, mensual o anual, y en un instante recibir de vuelta el código de activación para que el cliente comience a hacer uso de la solución.

El director hizo énfasis en que el portal fue lanzado en un momento oportuno, ya que la ciberseguridad sigue siendo una gran necesidad para las empresas actualmente, en especial porque los empleados ya no están laborando desde la oficina, sino desde sus casas con dispositivos personales, usualmente sin protección, y ello representa un mayor riesgo, incluso se señaló que los ataques de phishing y malware han aumentado.

• CON LA PLATAFORMA SE AUTOMATIZA LA VENTA DE LICENCIAS

• ASEGURAN MAYOR FLEXIBILIDAD Y RAPIDEZ EN LA ENTREGA

• PAGO MENSUAL POR SERVICIO: NUEVO MODELO DE CONSUMO EN LICENCIAS



GUSTAVO COLS

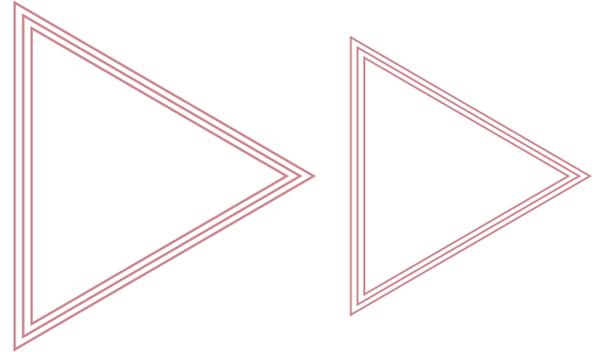
“Esta plataforma no elimina la relación entre canales y socios mayoristas, al final todo el proceso financiero sigue ocurriendo a través del mayorista, sólo que esta simplificación del proceso alivia una carga operativa importante en los mayoristas, pues hace el trabajo de los gerentes de producto”, explicó el directivo.

Cols destacó la oportunidad que existe para que los partners hagan más negocios, pues ahora hay mayor flexibilidad en el modelo de consumo con el esquema de pago mensual por servicio, para las empresas que temen hacer inversiones a largo plazo, o anual, para quienes lo deseen así, y también es posible entregar con mayor rapidez las licencias a los clientes.

MAYORISTAS

EL PORTAFOLIO DE SOLUCIONES B2B ESTÁ DISPONIBLE CON:

- CT INTERNACIONAL
- GRUPO CVA
- INGRAM MICRO
- MAPS
- NEXSYS MÉXICO



Perspectiva

El directivo mencionó a **eSemanal** que el primer trimestre del año resultó ventajoso; sin embargo, en el segundo Q las empresas se muestran con mayor cautela y en incertidumbre, por lo que reducen sus costos de operación, aunque la ciberseguridad sigue siendo una necesidad primordial.

“En kaspersky decimos que la seguridad es el quinto elemento en esta pandemia; el oxígeno, el agua, la comida, la comunicación, y la seguridad son fundamentales en estos momentos”, dijo Cols.

Los socios han encontrado una gran ventaja en la plataforma, ya que pueden proveer financiamiento a sus clientes, también poner a su disposición ofertas, herramientas de virtualización en conjunto y flexibilidad de pago, según expuso el directivo.

“Con la plataforma, la rentabilidad se mantiene igual para los socios mayoristas y para los distribuidores, conservan el mismo margen comercial, dependiendo del nivel de partner que tengan”, además, dijo que el modelo de suscripción es el futuro y la tendencia en ciberseguridad.

El directivo mencionó que el modelo de pago mensual por medio de la plataforma es una transformación digital pura que trae consigo cambios operativos y financieros importantes, pero que no es ni será decisión del canal adoptarla, sino una decisión del cliente sobre cómo quiere comprar.

“La recomendación a los socios de negocio de Kaspersky es hablarle al cliente y darle la oportunidad de que decida cómo quiere comprar. Aprovechen este momento, esta necesidad de los clientes de ser más cautelosos en sus gastos para ofrecer este modelo”, concluyó Cols.

RED HAT SUMMIT 2020, celebró su primera edición virtual

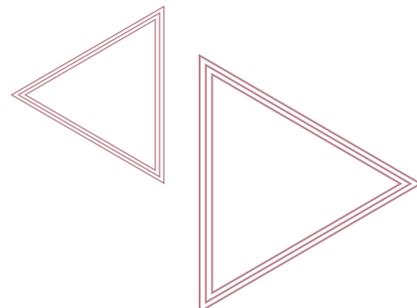
Autor: **Raúl Ortega**

EL EVENTO SE CONVIRTIÓ EN EL REFERENTE DE LA TECNOLOGÍA DE CÓDIGO ABIERTO, REUNIENDO ANUALMENTE A MILES DE PROFESIONALES DE LA INDUSTRIA TI CON UNA AGENDA ENFOCADA A LA INNOVACIÓN, COLABORACIÓN Y EDUCACIÓN, AUNQUE ESTE AÑO SE CARACTERIZÓ POR SER LA PRIMERA EDICIÓN VIRTUAL, QUE TUVO LUGAR EN SAN FRANCISCO, ESTADOS UNIDOS.



PAUL CORMIER

Con sesiones de trabajo, ponencias y siendo un espacio destinado a la confluencia de expertos, Red Hat Summit cumplió un año más, siendo esta su decimosexta edición y teniendo como anfitriones a Paul Cormier, presidente y CEO, DeLisa Alexander, Executive Vice President y Chief People Officer, entre otros. El CEO adelantó que tendrían novedades y avances de productos dirigidos a su ecosistema de partners, ya que su prioridad es concentrarse en lo que lo clientes necesitan y ayudarlos.



Iniciativas:

- Descuento del 50% en los Servicios de Gestión de Cuentas Técnicas (TAM) para clientes nuevos
- Ampliación del ciclo de vida de los productos en todas las áreas del portfolio de Red Hat
- Capacitación gratuita para trabajadores con licencia y quienes buscan empleo
- Cursos de capacitación en línea gratuitos disponibles para todos sobre habilidades y tecnologías altamente solicitadas

La comunidad de código abierto que asistió al evento, tuvo la oportunidad de presentar algunos de sus trabajos, que incluyeron:

Lab Demos y sesiones variadas, donde se presentó un abanico de temas, entre los que destacaron Edge, automatización de TI, contenedores Linux, infraestructura de nube híbrida, desarrollo de aplicaciones, seguridad y más.

Women's Leadership Community, un panel donde se celebra a las mujeres que realizan contribuciones en TI, al tiempo que busca ser un lugar espacio de reunión para intercambiar ideas y crecer. Este año la conversación estuvo a cargo de Saron Yitbarek (fundadora de CodeNewbie) y DeLisa Alexander (Executive Vice President and Chief People Officer en Red Hat) versando sobre la carrera de Saron y su colaboración con desarrolladores.



Otro evento esperado por la comunidad estuvo a cargo del **Open Source Stories**, en el cual tiene como propósito congrega artistas y creadores que realizan su trabajo en estas comunidades abiertas con la intención de que puedan acceder el público en general a ellas.

Command Line Heroes, uno de los espacios esperados, ya que cuenta anécdotas de los desarrolladores, programadores, geeks y piratas informáticos que han revolucionado el panorama tecnológico y en esta ocasión Clive Thompson (periodista) conversó con Saron Yitbarek, fundadora de CodeNewbie.

OpenShift Commons Gathering, reunió a expertos de todo el mundo para analizar tecnologías de contenedores, las mejores prácticas para desarrolladores de aplicaciones nativas de la nube y los proyectos de software de código abierto que sustentan el ecosistema OpenShift. Este evento concentró a profesionales de desarrollo y administradores de sistemas para explorar los próximos pasos, con el fin de hacer que las tecnologías de contenedores sean exitosas y seguras.

Cabe destacar que el evento se galardonó con la presencia de panelistas de la talla de Jim Whitehurst (Presidente de IBM) y Scott Guthrie (Executive Vice President of the Microsoft Cloud), entre otras personalidades del mundo de la tecnología, con la ventaja de que el público realizó preguntas a los ponentes, durante y después de sus participaciones, a través de un chat.

Galaxy Tab Active Pro de **Samsung**

Tableta de uso rudo, incorpora S pen, sistema operativo Android P y procesador Qualcomm SDM670, dual 2.0GHz + Hexa 1.7GHz. Puede funcionar como una PC gracias a la integración con Dex y está protegida con Knox.

Descripción

Con protección IP68, resistente al agua y polvo. Incluye una funda de protección anti-shock contra vibraciones, caídas e impactos de hasta 1.2 metros de altura y certificación MIL-STD-810G. Se puede usar con dedos húmedos o guantes, y posee teclas para la navegación básica.

Características

- Pantalla 10.1" WUXGA (1920 x 1200)
- Soporte LTE Cat.11 3CA
- Memoria 4GB + 64GB + ranura para microSD
- Cámara 13.0MP AF + 8.0MP, Flash
- Puerto USB 3.1 Tipo C, POGO Pin
- Sensores: acelerómetro, de huella, giroscopio, geomagnético, magnetómetro, de proximidad, y de luz RGB
- Conectividad Wireless USB 3.1 (Gen 1), BT v5.0 (LE hasta 2 Mbps), NFC, Wi-Fi (802.11 a/b/g/n/ac 2.4G+5GHz, VHT80)
- GPS
- Batería 7600mAh

Disponibilidad

CT Internacional, CVA, Daisytek, Exel del Norte, Ingram Micro y operadores Telcel.

contactame@esemanal.mx



Transformador de aislamiento de grado médico IS1000HG de **Tripp Lite**

Protege los dispositivos médicos al brindarles aislamiento de línea y filtración continua del ruido eléctrico. Evita que equipos, como ventiladores mecánicos o electrocardiógrafos, retornen la corriente parásita hacia el paciente que tiene contacto con el equipo.

Descripción

Protección contra sobrecarga con breaker, switch de alimentación iluminado y robusto gabinete metálico.

Características

- Cuatro tomacorrientes de grado hospital NEMA 5-15R
- Cable de alimentación de 3.05 m
- Clavija de grado hospital
- Garantía limitada por dos años

Disponibilidad

Anixter, Bluestar, Centro de Conectividad, Compusoluciones, CT Internacional, CVA, Daisytek, Exel del Norte, Ingram Micro, Intcomex y Portentum.

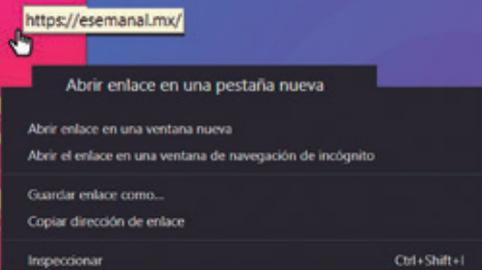
infomxventas@tripplite.com



Ahora los **PDF** son interactivos



Cuando veas un **anuncio** y cambie el cursor



Da clic derecho y **abrir enlace en una pestaña nueva***

De igual forma desde el contenido podrás acceder a las redes sociales de **eSemanal** para estar al tanto del **canal TIC**



/eSemanal



/noticiasdelsenal



/eSemanal



/noticiasdelsenal

*Para móviles solo basta dar clic en el anuncio para poder visualizarlo en el navegador

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

Mantente informado
SUSCRÍBETE A NUESTRO
NEWSLETTER
Y RECIBE TODAS LAS NOTICIAS DE LA
INDUSTRIA TIC



www.esemanal.mx