

10 de Agosto 2020 · Año 29 | No. 1390

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

HP

-Empodera a su canal con Amplify

ARUBA

-Todo para la continuidad del negocio

MICROSOFT

-Surface con Ingram Micro

GRUPO DUSOF

SE REINVENTA EN SU
15 ANIVERSARIO

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL ESPECIAL PARA EL CANAL TIC



SOLICITA DEMOSTRACIÓN
ventas@esemanal.mx

 (55) 5090 2055  (55) 7360 5651



Álvaro Barriga •

Se afianzan mercados de seguridad, cloud, UC y eCommerce

En la pasada presentación del reporte trimestral “Tecnología y Negocios” 2T2020 de Select, se resaltó que la aceleración de la transformación digital se ha hecho eminente; mercados de soluciones como seguridad, nube, comunicaciones unificadas y comercio electrónico se están afianzando, aunque la consultora dijo que el negocio de los canales registró una caída del -13%, durante el segundo trimestre de 2020.

En resumen, Select indicó que la contingencia sanitaria ha tenido un impacto diferenciado para los negocios TIC en ese mismo periodo: operadores de telecom -5.4% (121 MMDP); fabricantes de redes, software, PCs, periféricos y soluciones, alcanzaron pérdidas por 62 MMDP (-10.5%); en lo que respecta al canal (mayoristas, distribuidores, VARs y retail) -13% (36 MMDP); en tanto, los prestadores de servicios como son integradores, consultores, centros de datos, fábricas de software y mantenimiento -5.1% (19 MMDP). En medio de la pandemia por el COVID-19, el pasado 16 de julio, Grupo Dusof celebró su XV aniversario, una compañía que poco a poco ha logrado escalar en el mercado lo que le ha llevado a estar en las primeras posiciones y ganar reconocimientos de fabricantes y mayoristas. Al respecto, Iván del Carpio, Director

General del grupo, mencionó tener sentimientos encontrados respecto a la celebración, debido a la mala situación que atraviesa el país en los temas de salud y lo económico; pero también dijo sentirse seguro por las fortalezas de su equipo de trabajo basado en la innovación.

El director reconoció que ha sufrido los estragos de la pandemia, sobre todo en sus tiendas HP Store, Samsung Store y Dusof Gaming, no obstante ha encontrado oportunidades en el comercio electrónico, por lo que ha trabajado en una nueva plataforma en la que se incluirá la nueva imagen de la compañía. ¡Enhorabuena a todos los que colaboran en Grupo Dusof!

eSemanal conversó con Laura Gómez, Gerente de Desarrollo de Canales para HP México, quien compartió los detalles del programa de canales Amplify, con dos tipos de membresía: Synergy y Power, y se basará en tres pilares fundamentales para la marca: rendimiento, colaboración y capacidades. Esta iniciativa tiene como objetivo elevar el nivel de sus asociados y acercar herramientas que les ayuden en su transformación digital, para que puedan responder a las necesidades actuales de sus clientes.

eSemanal noticias del canal, no recomienda equipos ni marcas, tampoco resuelve dudas técnicas individuales por teléfono. Si tiene algo que comunicarnos, diríjase a nuestras oficinas generales o use alguno de los medios escritos o electrónicos. eSemanal noticias del canal, es una publicación semanal de Contenidos Editoriales KHE, S.A. de C.V., con domicilio en Pitágoras 504-307, Col. Narvarte, C.P. 03020, México D.F. Número de certificado de reserva: 04-2013-100817455000-102, Certificados de licitud y contenido de título: 16101. Editor responsable: Francisco Javier Rojas Cruz.

Los artículos firmados por los columnistas y los anuncios publicitarios no reflejan necesariamente la opinión de los editores. Los precios publicados son únicamente de carácter informativo y están sujetos a cambios sin previo aviso. PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL MATERIAL EDITORIAL E INFORMACIÓN PUBLICADA EN ESTE NÚMERO SIN AUTORIZACIÓN POR ESCRITO de Contenidos Editoriales KHE, S.A. de C.V.

REGISTRO POSTAL PP09-01937

PORTADA

16 En su 15 aniversario, **GRUPO DUSOF** evoluciona



DESARROLLADORES

6 F5 junto al canal para llevar seguridad al mercado

FABRICANTES

8 SIEMENS, solución para monitorear el distanciamiento social en fábricas

10 ARUBA habilita soluciones para la continuidad de los negocios

12 HP AMPLIFY, programa para potencializar a los canales en México

14 POLY flexibilizó su modelo de socios para incluir nuevos canales

26 RICOH lanza nuevos dispositivos inteligentes en color A4 para el lugar de trabajo digital



ARUBA



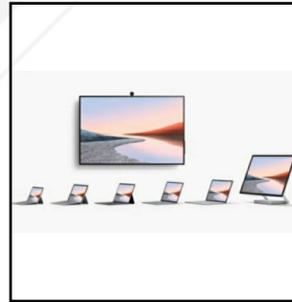
HP

28 ZTE colabora con China Mobile para lanzar el servicio Cloud Classroom



CYBERPOWER

31 La misión crítica de la continuidad de negocio:
CYBERPOWER



MICROSOFT

33 Llega a México la Familia **MICROSOFT SURFACE**

SEGURIDAD

22 CHECK POINT Y ZOOM colaboran para solucionar un fallo de seguridad en la opción de personalizar URLs



SELECT

27 CUMPLEAÑOS ESEMANAL

TENDENCIAS

24 La nueva realidad para los negocios de tecnología:
SELECT



29 PRODUCTOS

BÚSCANOS EN:

 /NOTICIASDELCANAL

 /NOTICIASDELCANAL

 ESEMANAL

 ESEMANAL

 55 7360 5651

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

F5 JUNTO AL CANAL PARA LLEVAR SEGURIDAD AL MERCADO

LA COMPAÑÍA DIO A CONOCER LOS RESULTADOS DEL PROGRAMA UNITY+ DURANTE LOS PRIMEROS MESES DE IMPLEMENTARSE, Y REITERÓ SU APOYO AL CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

Texto: **Anahi Nieto**

La conectividad virtual y el uso de la nube eran tendencias que ya existían antes de la pandemia, pero en los últimos meses su adopción se aceleró, provocando cada vez mayor demanda en el acceso a aplicaciones de forma remota a través de diferentes dispositivos que no cuentan con las soluciones de seguridad que hay en una oficina.

De la mano de dichas tendencias también creció la preocupación por estar protegidos, por lo que empresas como F5 respondieron con soluciones virtuales para asegurar la conectividad.

Maribel Borja, directora de canales y alianzas en F5 México, explicó que las personas que trabajan en casa generalmente no accesan a las aplicaciones desde el centro de datos, y sin políticas de seguridad ni autenticación de usuario, contexto que genera una mayor vulnerabilidad para la información de las empresas.

Ya que las aplicaciones son consideradas por la marca como uno de los aspectos más críticos en las organizaciones, buscan brindar protección para éstas, con soluciones de Access Policy Manager (APM) que validan al usuario que accesa y saben desde dónde lo hace. "Hoy en día sabemos que para nuestros canales es muy importante estar cerca de F5, porque ofrecemos la seguridad que mitiga ese tipo de ataques y de riesgo, tenemos soluciones para amortiguar esa vulnerabilidad", dijo Borja.

Carlos Ortiz, Director General de F5 México, mencionó que muchas compañías han sido reactivas, y un servicio de esa forma siempre resulta ser más riesgoso y costoso que uno proactivo. "Las empresas han ido tomando forzosamente consciencia de la seguridad, después de que observaron que la conectividad se daba a través de dispositivos personales que no estaban regulados por políticas de acceso", explicó.

Ortiz también señaló que, en el tema de seguridad, nunca se está 100% tranquilo, porque entre más soluciones robustas existen hay ataques más fuertes y direccionados; "es una carrera que ha existido desde hace años y ahora, evidentemente, es más visible".



CARLOS ORTIZ

Mayoristas de F5

- Grupo Dice
- Ingram Micro
- Westcon

Unity+

La empresa reiteró a **eSemanal** sus esfuerzos para respaldar a su canal de distribución, ya que el 100% de sus ventas es a través de ellos. “Buscamos tener una comunicación abierta con ellos, son nuestros brazos y nos ayudan a hacer cualquier tipo de operación en el mercado”, mencionó Borja.

Por esa razón, desde abril arrancó “Unity +”, una modificación al programa de canales de la compañía con el objetivo de proteger el negocio del canal al registrar oportunidades, y apoyo en la negociación del proyecto con acompañamiento de la fuerza de venta o del equipo de ingeniería. Además brindan capacitación, webinars, rebates y generación de demanda.

Existen cuatro niveles de canales, el autorizado, silver, gold y platinum, cada uno debe cumplir con diferente grado de certificaciones para escalar. Borja resaltó que hasta ahora, el canal ha respondido bien al nuevo programa y ha demostrado su compromiso con la marca.



MARIBEL BORJA

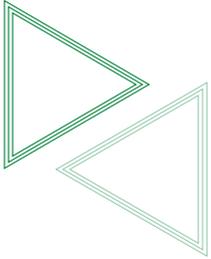
Según la compañía, el canal de F5 es cerrado, debido a que cuidan al número de partners a fin de no generar una guerra de precios; para las soluciones de seguridad buscan integradores especializados que puedan ofrecer un buen servicio a sus clientes: “preferimos tener menos canales, pero que sean de valor, donde ellos estén contentos y puedan generar negocio junto con nosotros y trabajar de la mano”, explicó Borja.

La oportunidad de negocio

“La necesidad de tener mayor conectividad de la mano de la seguridad ha mostrado una brecha relevante que tienen muchas empresas, y para nuestros canales es una oportunidad muy importante de cubrir esa brecha, esos requerimientos y oportunidades que están teniendo los diferentes mercados que hay en México”, dijo Ortiz.

“Human First” es la política bajo la cual se conduce la compañía, por lo que la fuerza de venta de los canales son de suma relevancia para la compañía, y buscan ser empáticos, tener una comunicación constante y lograr la continuidad de los negocios de los socios con el respaldo de F5.

contactame@esemanal.mx



SIEMENS, SOLUCIÓN PARA MONITOREAR EL DISTANCIAMIENTO SOCIAL EN FÁBRICAS

Autor: Redacción **eSemanal**

- UTILIZANDO SOFTWARE Y HARDWARE DE SU PORTAFOLIO, SIEMENS DESARROLLÓ UNA SOLUCIÓN DE DISTANCIAMIENTO PARA ESPACIOS DE TRABAJO QUE AYUDA A LOS FABRICANTES A SIMULAR Y CONTROLAR LOS RIESGOS DE EXPOSICIÓN DE LOS COLABORADORES, A LA VEZ QUE PERMITE EL INCREMENTO EN LA PRODUCTIVIDAD DE TODAS SUS INSTALACIONES.

os fabricantes se enfrentan a nuevos retos al tratar de reiniciar o mantener las operaciones durante la pandemia de COVID-19. A medida que se preparan para la “nueva normalidad”, se deben considerar dimensiones adicionales para la seguridad de los empleados, incluyendo el establecimiento de entornos de producción y flujos de trabajo que aborden los requisitos de distanciamiento físico.

Por ello, la marca creó una solución que permite modelar de forma rápida y eficiente la manera en que los colaboradores interactúan entre sí, con la línea de producción y el diseño de la planta.

También permite a las organizaciones construir un gemelo digital punto a punto, con el fin de simular la seguridad de los trabajadores, recrear y optimizar los diseños del espacio de trabajo y validar las medidas de seguridad y eficiencia para ayudar a crear líneas de producción.

Con los sistemas de localización en tiempo real SIMATIC RTLS - Real Time Location System - de Siemens, las empresas pueden medir de manera continua la distancia entre los trabajadores, proporcionar retroalimentación visual en tiempo real a los empleados con respecto a su separación de los demás y crear un registro de todos los movimientos e interacciones a lo largo del tiempo laboral. De este modo, el SIMATIC RTLS facilita continuamente un distanciamiento seguro, a la vez que proporciona numerosas ventajas adicionales.

“Estamos ayudando a nuestros clientes a crear un entorno de trabajo seguro, lo cual es extremadamente importante, ya que buscan producir de manera eficiente y confiable bajo circunstancias sin precedentes”, dijo Alejandro Preinfalk, CEO de Siemens México. “La combinación de la gestión del distanciamiento en tiempo real y las simulaciones digitales, ayudarán a las empresas a mantener entornos de trabajo seguros y a tomar decisiones informadas sobre la optimización continua y a largo plazo”.



Para implementar esta solución, los transpondedores SIMATIC RTLS se incorporan en tarjetas de identificación que todos los empleados usan como parte de su equipo de protección personal. Los receptores RTLS colocados a lo largo de la operación, pueden entonces rastrear y registrar continuamente el movimiento de la fuerza de trabajo. Cuando dos empleados se encuentran en un escenario de riesgo (por ejemplo, a menos de dos metros de distancia), sus tarjetas de identificación mostrarán una advertencia, alertándolos de la situación. Los datos recopilados a lo largo del tiempo pueden analizarse para identificar “puntos críticos” en los que los escenarios de riesgo se producen con frecuencia. Tales situaciones se vuelven fácilmente accesibles a través del gemelo digital, que es proporcionado por el software Tecnomatix Process Simulate and Plant Simulation. Utilizando los datos recopilados, se pueden simular nuevos diseños de fabricación o flujos de trabajo hasta que se determine que uno de ellos proporciona los resultados deseados, que luego se pueden implementar en la operación física.

Además, los fabricantes pueden añadir trazabilidad a la solución a través de las soluciones en sitio o de una aplicación como Trusted Traceability Application on MindSphere, el sistema operativo abierto de IoT (Internet de las Cosas) basado en la nube de Siemens, que permite un análisis de contacto rápido y completo en el caso de una enfermedad real en el lugar de trabajo. Se puede visualizar todo el movimiento y el contacto con el colaborador afectado, lo que permite una rápida notificación a quienes estuvieron en contacto cercano y una limpieza profunda selectiva (en lugar de en todo el espacio) de los entornos físicos expuestos.

“Siemens está suministrando una solución poderosa, que permite un despliegue inmediato y ayuda a los fabricantes a tomar el control de sus operaciones y lograr mejores resultados de seguridad, salud y productividad en la era post-COVID”, concluyó Preinfalk.

ARUBA HABILITA SOLUCIONES PARA LA CONTINUIDAD DE LOS NEGOCIOS



Autor: Raúl Ortega

MARCO TENA

- EL FABRICANTE DIO A CONOCER SUS SOLUCIONES QUE AYUDAN A LAS EMPRESAS A CONTINUAR SUS OPERACIONES SIN VERSE COMPROMETIDOS POR LA PANDEMIA O POR ALGÚN TEMA ECONÓMICO, YA QUE ESTÁN SOPORTADAS SOBRE LA INFRAESTRUCTURA DE HARDWARE CON LA QUE YA SE CUENTA, POR LO QUE NO ES NECESARIO ADQUIRIR NUEVOS PRODUCTOS.



n la actualidad, las empresas tienen que ser dinámicas para encajar en la nueva normalidad, ayudándose de la tecnología, pero administrando cuidadosamente el presupuesto, ya que muchas han tenido pérdidas importantes, es por ello que, Aruba HPE acercó soluciones que otorgan certeza de continuidad y administración del personal, todo ello integrado en los mismos access point, con lo que el cliente ya cuenta y que serán un aliado importante para hacer frente a los nuevos retos.

Edge

Aruba ESP, es una plataforma de servicios en el Edge y la primera basada en IA con infraestructura unificada y Zero Trust Security, así lo explicó Everth Hernández, Director de Aruba México: "Por un lado tenemos la parte de la infraestructura unificada. Nuestra plataforma es capaz de poder manejar todos los temas de infraestructura que se tienen en la periferia y que fundamentalmente son: las redes alámbricas, switchers, inalámbrica de WiFi. Por otro lado, está Zero Trust Security para construir un paradigma de seguridad que permita, como administrador de la plataforma, decidir



EVERTH HERNÁNDEZ

qué usuarios y qué dispositivos acceden y hablan con quién, independientemente del lugar en donde esté y del dispositivo que sea”.

Aruba Micro Branch

Las empresas deben comenzar a adaptar sus modelos de negocios para que su fuerza de ventas y el trabajo operen desde casa y para esto Aruba desarrolló su solución Micro Branch que ayuda a continuar con la operatividad de las compañías de forma remota y está basado en cinco características, entre las que se encuentran Cyber Touch, políticas de seguridad, controles de seguridad y más.

Aruba Micro Branch:

- 1: Instalación de Cyber Touch (se aprovisiona de manera centralizada en la plataforma). Se envía el equipo al empleado, se conecta y automáticamente se enlaza a una sesión segura del corporativo.
- 2: Mantener las políticas de seguridad de la oficina en cualquier lugar de trabajo donde se encuentre.

3: Colocar controles de seguridad para conocer qué se está haciendo, cuáles son las aplicaciones y contar con la visibilidad del uso de los recursos de la compañía.

4: Conectar y desconectar a usuarios inalámbricos y con equipos cableados, es decir, conectar cualquier dispositivo y ofrecer una experiencia similar a la oficina.

5: Centralizado en una plataforma (Aruba Central) es posible conocer el estatus de todas las oficinas y casas, para gestionar, optimizar y monitorear toda la infraestructura de los empleados

Por otra parte, el retorno al trabajo será un desafío para las empresas, ya que tienen que asegurar la salud de sus colaboradores, por lo que, los access point 300 y 500 habilitan el acceso inalámbrico a los usuarios y nuevos dispositivos que permiten identificar a las personas y sus comportamientos, de esta forma ahondó en el tema Marco Tena, Director de preventa Aruba: “El access point 300 permite clasificar a los clientes para saber dónde están, quiénes son, conocer cómo están interactuando, por cuánto tiempo y tener un histórico en caso de contagio. La familia 500, además de lo anterior, también cuenta con zigbee para conectar dispositivos IoT como pueden ser chapas, entre otros”.

“ADEMÁS, SON LOS MISMOS ACCESS POINT (300 O 500) CON LOS QUE YA SE CUENTAN Y DISPOSITIVOS QUE YA SE TIENEN, QUE, A SU VEZ, SE AGREGARÁ A ARUBA CENTRAL Y NO VA A TENER NINGÚN CARGO, POR LO QUE TAMBIÉN APOYAMOS A LA ECONOMÍA DE LAS EMPRESAS”:
MARCOTENA.

Los canales se pueden ver beneficiados de estas soluciones, ya que, actualmente la demanda en el mercado está enfocada a la posibilidad de habilitar los negocios de forma remota, segura y con un control detallado para no sobreexponer a los empleados y trabajar en un ambiente libre de infecciones, por ello es necesario que los canales identifiquen estos negocios potenciales en sus mapas de ventas. En la medida que ofrezcan servicios que hagan frente a esta realidad, la capacidad de ganancia mejorará.

HP AMPLIFY, PROGRAMA PARA POTENCIALIZAR A LOS CANALES EN MÉXICO

Autor: Raúl Ortega

- EN SEPTIEMBRE, LOS SOCIOS RECIBIRÁN UNA INVITACIÓN CON EL TIPO DE MEMBRESÍA ASIGNADA E INICIARÁ EL 1º DE NOVIEMBRE.

El fabricante lanzó el nuevo programa de socios HP Amplify con dos tipos de membresías: Synergy y Power, basado en tres pilares fundamentales para la empresa: rendimiento, colaboración y capacidades. Esta iniciativa se enmarca en la nueva dinámica de compra por parte de los clientes, ya que el adquirir productos y servicios ha tenido un cambio importante hacia las formas digitales, lo cual se aceleró aún más, con el confinamiento.

A medida que la generación millennial gana terreno en el mercado, así como en los escaños de las empresas, los cambios en los hábitos de consumo y los rumbos por los que transitan las compañías, también se van modificando, y es que algunos estudios revelan que 9 de 10 compradores (millennials) realizan una búsqueda exhaustiva online sobre los productos que requieren, así lo confirmó Laura Gómez, Gerente de Desarrollo de Canales para HP México: "Un estudio de McKinsey menciona que más del 70% de las compañías actualmente están pasando por transformaciones digitales, por lo que nosotros buscamos potenciar las capacidades de los partners en varios ejes fundamentales que son: sus capacidades de vender todo en un modelo 'As a Service', la segmentación de los clientes en cuanto a herramientas de CRM

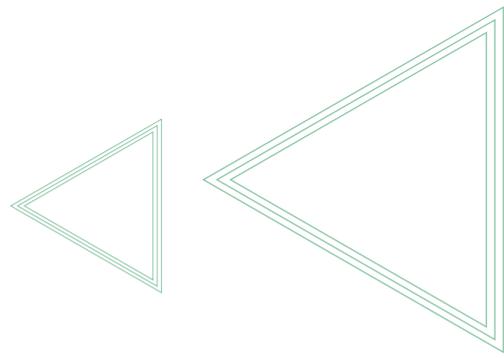


LAURA GÓMEZ.

y qué oferta de valor licenciador tiene un socio. Lo que buscamos es potencializar estas capacidades para poder empoderarlas en nuestros canales y satisfacer necesidades del cliente en un futuro”.

“EL PROGRAMA SE ANUNCIÓ A MEDIADOS DE JULIO Y LO QUE ESPERAMOS EN MÉXICO ES: A PARTIR DEL 1º DE SEPTIEMBRE LOS CANALES RECIBIRÁN UNA INVITACIÓN DONDE LLEGARÁ MAPEADO EN CUÁL DE ESTAS DOS MEMBRESÍAS ESTÁN SIENDO CLASIFICADOS PARA QUE SE ACERQUEN A ESTE NUEVO PROGRAMA DE CANALES Y ARRANCARÁ EL 1º DE NOVIEMBRE”: LAURA GÓMEZ.

Debido a que está por iniciar el nuevo programa de canales de HP, aún no se tiene contemplado sumar a más socios en territorio nacional, ya que su objetivo principal es habilitar a los que ya tienen; sin embargo, siendo un canal totalmente nuevo, es posible adherirse a



su programa realizando el registro desde la página web de HP; de igual modo, Gómez enfatizó: “En México suman mil quince canales asociados a la marca, por lo que se busca potencializar su talento y desarrollar su capacidad digital para vender todo como servicio, la implementación en los clientes y su oferta como valor agregado, ya que apostamos por mapear las capacidades de los clientes y potencializarlas en cada uno de los partners, ya sea para canales que tienen mayormente desarrollado su lado digital, de servicio o que están en un proceso de transformación digital”.

Pilares de HP Amplify:

Rendimiento: Recompensado por una variedad de indicadores de rendimiento vinculados a la venta de cartera a través de métricas de ingresos.

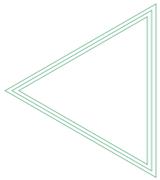
Capacidades: Mejorar las capacidades para ser más competitivo, relevante y, en última instancia, más rentable en áreas como intercambio de datos, comercio electrónico, soluciones y capacidades de servicios administrados.

Colaboración: Perfeccionar las habilidades digitales y proporcionar una experiencia al cliente más consistente a través de múltiples canales. “Juntos, aprovecharemos estos datos para producir nuevas ideas valiosas y mejorar el viaje del cliente”.

Finalmente, esta estrategia para los canales, es una repuesta a los tiempos que corren y un cambio del modelo anterior, en el que, la prioridad estaba enfocada en aspectos como el rendimiento en temas de ventas y su nivel de segmentación, por lo que, ahora el usuario final se convierte en el punto de partida, debido a su comportamiento de compra cambiante, es así que, las necesidades se consideran imperantes para satisfacer a los futuros clientes.

POLY FLEXIBILIZÓ SU MODELO DE SOCIOS PARA INCLUIR NUEVOS CANALES

www.youtube/noticiasdelcanal



Autor: **Raúl Ortega**

- LOS PARTNERS PUEDEN COMERCIALIZAR SOLUCIONES, SIN LA EXIGENCIA DE UN MÍNIMO DE CUOTA.

D

ebido a la pandemia derivada del Coronavirus, un gran número de empresas en México han optado por trabajar a distancia para contener la transmisión de la enfermedad, lo cual cambió radicalmente las formas de trabajo, es así que, las reuniones virtuales se han transformado en algo común y necesario, además, las compañías que ofertan soluciones ligadas a estos temas como Poly se han convertido en un negocio altamente potencial, que a su vez,

permea en oportunidad de ventas para los integradores, siendo que su programa no exige montos de facturación.

El panorama de crisis que se vive en México y a nivel mundial prevé que los formatos de colaboración se transformarán. Así lo demostró la encuesta realizada por la firma PwC, donde indica que el trabajo remoto será permanente para 60% de las empresas en México. Adicional, los resultados de la encuesta realizada por OCC Mundial y la Asociación de Internet, arrojaron que 7 de cada 10 personas prefieren un esquema híbrido de trabajo.

Dando continuidad a lo anterior, vemos que la oferta de productos y servicios se está inclinando fuertemente por soluciones que permitan habilitar el trabajo remoto e incluso

hacerlo más cómodo, es por ello que a decir de la marca, soluciones como las de Poly encajan en la dinámica actual del teletrabajo y con la ventaja de contar con un programa abierto a todo tipo de canal, así lo explicó Adriana Valdés, Gerente de Canales para la zona centro y sur de México en la compañía: “Una de las principales características del programa, es saber que existen diferentes tipos de partners y por lo mismo diversos tamaños, por lo que tenemos socios de la categoría de service providers, integradores y algunos que ofrecen soluciones de nube. Todos ellos con diferentes características, necesidades y disponibilidades, por lo que nuestro programa, en su totalidad, no está basado en revenue”.



ADRIANA VALDÉS

La compañía es una de las principales impulsoras de la colaboración desde cualquier entorno de trabajo, ofreciendo soluciones que ayudan a disminuir el mayor número de distractores posibles que el usuario, desde universidades hasta empresas de servicios financieros, puede encontrarse durante una colaboración remota.



DAVID SANDOVAL

“PARA QUE LOS CANALES PUEDAN ESTAR EN LOS NIVELES REGISTRADO, PLATA, ORO Y PLATINO, NO SÓLO DEBEN FACTURAR CIERTO MONTO AL AÑO O AL TRIMESTRE (LO CUAL LES SUMA VALOR Y PUNTOS DENTRO DEL PROGRAMA), SINO QUE CONTAMOS CON OTROS PILARES COMO CAPACITACIÓN, HABILITACIÓN, CONTRIBUCIÓN Y COMPROMISO, LOS CUALES TAMBIÉN LES AYUDARÁ A SUMAR PUNTOS” · ADRIANA VALDÉS.

“A MEDIDA QUE LAS LÍNEAS ENTRE EL HOGAR Y LA OFICINA SE DIFUMINAN, LO MÁS IMPORTANTE PARA CUALQUIER NEGOCIO ES LOGRAR UNA COMUNICACIÓN EFECTIVA EN CUALQUIER LUGAR Y EN TODO MOMENTO, QUE PERMITA ASEGURAR LA CONTINUIDAD” · DAVID SANDOVAL, LATIN AMERICA DISTRIBUTION MANAGER DE POLY.



JESÚS SÁNCHEZ

Cabe mencionar que el fabricante apoya a sus canales con webinars, sesiones técnicas, de entrenamiento y Poly University, aunque constantemente están innovando con nuevas versiones del software de los dispositivos e incluso realizan campañas para la generación de demanda, de esta forma se refirió al tema Jesús Sánchez, Gerente de Canales para norte y occidente de México en Poly: “Nosotros continuamos generando demanda. Una de las estrategias que tenemos es hablar con el usuario final, platicándole sobre la relevancia de este tipo de soluciones y cuando generamos ese negocio, lo que hacemos es apoyarnos de los canales para que éstos entreguen u ofrezcan estas soluciones, ya que nuestro esquema de distribución es: fabricante, mayorista, canal y usuario final”.

EN SU 15 ANIVERSARIO, GRUPO DUSOF EVOLUCIONA

- FORTALECE UNIDAD DE NEGOCIO ONLINE
- DETECTA OPORTUNIDADES EN MEDIO DE LA PANDEMIA
- AGRADECE APOYO DE FABRICANTES Y MAYORISTAS

Texto: **Álvaro Barriga**

Con sentimientos encontrados: por un lado, por la difícil situación que atraviesa el país derivado de la pandemia y la contingencia sanitaria, y por el otro, convencido de las fortalezas del grupo y el trabajo basado en la innovación que los caracteriza, Iván Del Carpio, Director General de Grupo Dusof, agradeció estos primeros 15 años de aprendizaje y aseguró que a pesar de las adversidades, hay oportunidades para seguir adelante.

El pasado 16 de julio, Grupo Dusof cumplió sus primeros 15 años de vida en la industria de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC); en la que poco a poco ha forjado una trayectoria.

“Fue un inicio complicado, de no tener nada; llegar a esta industria y no conocer a nadie, pero eso sí, con muchas ganas, ya que la tecnología es algo que me ha apasionado desde siempre”, recordó que desde hace muchos años hacía sus ‘pininos’ instalando redes de cable coaxial, “Me metí a este mundo que es muy celoso de su canal de distribución, porque no es fácil entrar a esta industria, fueron muy complicados los primeros tres años, porque ya al segundo año quería ‘tirar la toalla’, pero no me quería regresar al negocio familiar (fabricación de ropa), pero con perseverancia y ganas de salir adelante,

‘picando piedra’ fuertemente, hasta que en 2010 ya estuvimos más consolidados. De ese tiempo para acá es cuando ya hemos visto frutos de todos esos primeros años de esfuerzo”, afirmó.

Del Carpio mencionó sentirse contento por lo logrado hasta hoy, gracias al trabajo de su equipo que le ayuda a generar ideas nuevas, reinventándose y sacando propuestas para salir de esta situación. También se dijo intranquilo por el momento que vivimos, pero explicó que a pesar de ello, está siempre ocupado. “Algo que me gusta de esta industria es que te estás reinventando constantemente, no te puedes quedar sin hacer nada, tienes que adquirir conocimientos nuevos, cada año, cada semestre, cada trimestre, según sea el core de cada negocio”.

Tiempos difíciles

Para el director, la industria está viviendo momentos difíciles y atravesando situaciones complicadas, en el caso de Dusof, lo han resentido más en las tiendas físicas y los pisos de venta, lo cual les ha complicado el panorama, sobre todo por el regreso a “la nueva normalidad”.

Sin embargo, explicó que también encontraron oportunidades en el tema online para reinventarse, “le tuvimos que estar buscando, esta situación nos ha golpeado tanto a chicos como a grandes; no creo que haya persona a la que no le haya impactado esta situación”, comentó.

A portrait of a middle-aged man with short, dark hair, wearing a light blue button-down shirt. He is standing with his arms crossed in front of a wall made of light-colored, textured stone blocks. The lighting is bright and even.

IVÁN DEL CARPIO

“Desde que tengo uso de razón laboral, México siempre ha sido un país complicado; por una u otra razón, siempre hay algo que nos afecte y este año no ha sido la excepción. Este 2020 todos pensamos que no pasaría nada grave y bueno... el destino nuevamente se encargó de ponernos retos importantes” : Iván del Carpio

Estrategia online

Si bien la compañía ya tiene tiempo participando en casi todos los marketplaces importantes (MercadoLibre, Amazon, Linio o Walmart), de hecho cuentan con una unidad de negocio dedicada a ello, no tenían una plataforma robusta como Dusof, “Estamos convencidos que tener esa participación es necesaria, el tener tu propia plataforma te permite esa omnicanalidad que hoy te marca la industria, entonces en estos momentos que vivimos un crecimiento en este rubro, porque si bien es cierto que México no tenía esta adopción y crecimiento tan grande como otros países, en esta pandemia hemos alcanzado madurez, aunque no la que debería. Las ventas online tuvieron un crecimiento exponencial”, afirmó.

“Tuvimos un crecimiento de 900% en Marketplace y por eso decidimos hacer el cambio hacia nuestra nueva plataforma dusof.com, donde mostramos un cambio de imagen y queremos lanzar una marca hacia el usuario final, para que nos identifique, ya que tenemos alianzas con los principales fabricantes”: Iván del Carpio.

Agregó que siempre han agregado la imagen de algún fabricante y eso les ha dado una fortaleza en el tema de consumo, pero ahora trabajarán con la marca Dusof de cara al usuario final, por lo que tanto su ecommerce, su app y más, vendrán ya con la nueva imagen. “Todo ello para que la industria nos siga viendo como un socio ‘incomodo’, debido a que trabajamos en diferentes unidades de negocio y eso es lo que le ha ayudado a la empresa a estar en los primeros lugares y alcanzar retos interesantes cada año. En el tema online queremos ser una figura competitiva, sabemos que hay otros que nos llevan años luz de ventaja, pero tenemos fortalezas que nos pueden ayudar a estar y participar ahí”, expresó.

Unidades de negocio Grupo Dusof

- **B2B** a través de diferentes soluciones por medio de empresas del grupo como son Karand Solar (soluciones de energía solar), Cloudware, ésta última más orientada a la marca ServiceNow que es una herramienta que permite implementar niveles de seguimiento.
- **Retail**, a través de puntos de venta en centros comerciales (25 tiendas), HP Store, Samsung Store y Dusof Gaming,
- **Online**, a través de Dusof.com y atención a los grandes Marketplace
- **Dusof Studios**, esta unidad pronto estará disponible y generará contenido para promover sus soluciones y productos por medio de streamig, unboxing, así como para apoyar a sus socios de negocio. “Vamos a iniciar con entretenimiento en la tienda de gaming, pero vamos a generar información para todas las áreas con contenidos dirigidos a los clientes que queremos llegar”, resaltó.

Apoyo de mayoristas

El director de Dusof explicó desde que inició la contingencia sanitaria han recibido apoyo de sus socios mayoristas y fabricantes en todo sentido, como productos con margen, “mes con mes hay pérdidas y a fin de año la vamos a tener que cuantificar; ellos nos están ayudando a que sea menor el impacto”, explicó.

Sobre los mayoristas, se dijo sorprendido, ya que no fue uno, sino todos quienes están ayudando al canal, “si bien es cierto que hay temor por brindar líneas de crédito a los distribuidores por el riesgo de no poderlos cobrar en tiempo y forma, nosotros sí hemos recibido ese voto de confianza y buscamos cumplir el compromiso que adquirimos con ellos”.

“Durante estos meses de contingencia todos nuestros mayoristas nos han brindado apoyo y han estado dispuestos a escucharnos sin ningún problemas”: Iván del Carpio

Hacia adelante

El directivo reconoció que durante este tiempo el desafío más grande ha sido el poder mantener a toda su plantilla de colaboradores, pero se dijo convencido de que cuando se pueda regresar al 100% tendrá la ventaja de contar con su personal que ya está capacitado, de lo contrario tendría que volver a contratar y entrenar.

Cabe mencionar que la compañía realizó un kickoff en el segundo semestre, adaptándose a las normas de la “nueva normalidad” y se plantearon la meta en este segundo semestre de obtener los resultados previstos a principio de año.

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

**ahora más en contacto
contigo a través de WhatsApp**

55 7360 5651



**Conoce nuestras
estrategias de
marketing digital
para el canal TIC**

Recordó que 2019 fue un año malo y en el kickoff de 2020 lo iniciaron con un crecimiento casi nulo, con la finalidad de que sacaran el año adelante, pero se presentó esta situación que nadie esperaba y ahora les pidió que pusieran su mejor esfuerzo para cumplir este semestre al 100%, para que la repercusión sea la menor posible.

Un México mejor

Del Carpio dijo a **eSemanal** que Todos queremos un mejor país, un México donde nuestros hijos tengan mayores oportunidades, no obstante, consideró que actualmente el país está en retroceso. “También creo que sí van a haber áreas de oportunidad para nuestra industria que nos permitan sobresalir, pero vamos a tener los próximos cuatro o cinco años muy complicados por una crisis económica y esto nos va a dejar una situación muy difícil, pero nuestro país está hecho de gente que le gusta trabajar, entonces espero que podamos salir adelante antes de esos cinco años. Nosotros quisiéramos que el gobierno haga su trabajo en el sentido de que nos permitiera tener tasas competitivas, apoyos por parte de los impuestos, que no cierren los presupuestos, que abran la cartera para generar el flujo que se requiere para movernos; pero es algo que difícilmente vamos a poder lograr, no en este, en la mayoría de los gobiernos”.

Como empresario, dijo no esperar nada del gobierno, solo pidió que den garantías como la seguridad, algo que nos impacta más que las mismas decisiones que puedan tener.

“Me encanta mi trabajo, estoy feliz con lo que hago, no me veo fuera de esto en poco tiempo, me fascina, lo disfruto porque no soy una persona que se queda quieta, me gusta renovarme, innovar, aunque como todo, creo que he tenido mis momentos malos y buenos, pero siempre de aprendizaje. Esta es un área de oportunidad que todos deberíamos aprovechar, nos debemos poner a trabajar todos juntos porque México es un país que si trabajamos todos unidos, lo sacamos adelante”: Iván del Carpio.



IVÁN DEL CARPIO

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

SÍGUENOS CON UN
f / Revista eSemanal



LA MEJOR RED DE LA
INDUSTRIA TIC



www.esemanal.mx

CHECK POINT Y ZOOM

COLABORAN PARA SOLUCIONAR UN FALLO DE SEGURIDAD EN LA OPCIÓN DE PERSONALIZAR URLS

LOS CIBERCRIMINALES PODRÍAN HABER MANIPULADO LAS ID DE REUNIONES Y LANZADO CAMPAÑAS DE PHISHING UTILIZANDO EL ERROR DETECTADO EN “VANITY URL” QUE PERMITE PERSONALIZAR URLS DE ZOOM.

Redacción eSemanal

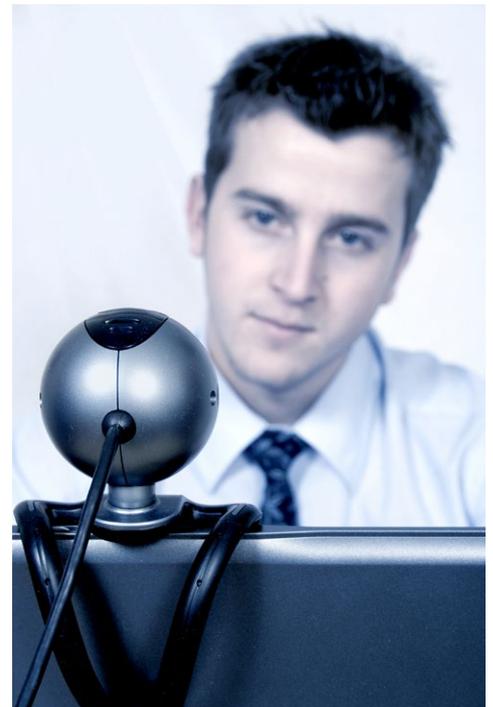
En un comunicado, Check Point dijo haber ayudado a reducir el riesgo del fallo de seguridad en la opción personalizable de Zoom “Vanity URLs”. Este agujero de seguridad permite a los cibercriminales enviar invitaciones aparentemente inofensivas a diferentes reuniones a través de la plataforma con el objetivo de infiltrar malware y robar datos o credenciales de usuarios. Anteriormente, ambas compañías trabajaron juntas para corregir una posible vulnerabilidad que permitía a los cibercriminales unirse a una reunión sin ser invitados.

El uso de Zoom se ha disparado en todo el mundo durante las fases de confinamiento por la COVID-19, pasando de 10 millones de participantes en reuniones diarias en diciembre de 2019 a más de 300 millones en abril de 2020. Los ciberdelincuentes están aprovechando la popularidad de este servicio como gancho para engañar a los usuarios de Zoom y otras plataformas de videoconferencias. Según Check Point, los registros de dominios relacionados con la plataforma y los programas falsos de instalación de ésta han experimentado un gran aumento.

Los investigadores de Check Point habían identificado el fallo de seguridad del “Vanity URL” en enero. Es probable que haya sido esta vulnerabilidad la que haya permitido a los cibercriminales manipular una “Vanity URL” (por ejemplo, <https://yourcompany.zoom.us/>) de dos formas:

Enlaces directos como objetivo: al organizar una reunión, el cibercriminal podría cambiar la URL de la invitación para incluir un sub-dominio registrado de su elección. Sin formación especial en materia de ciberseguridad sobre cómo reconocer la URL apropiada, un usuario que reciba esta invitación puede no llegar a reconocer que no es auténtica o que no procedía de una empresa real.

Dirigido a las interfaces web de Zoom personalizadas: algunas empresas tienen su propia interfaz web de Zoom para las conferencias. Un cibercriminal podría atacar dicha interfaz e intentar redirigir a un usuario para que introduzca un ID de reunión en la URL maliciosa de Vanity, en lugar de la interfaz web auténtica.



Con cualquiera de los dos métodos, un atacante podría hacerse pasar por empleado de una empresa a través de Zoom, y de esta forma robar credenciales o información sensible.

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

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



www.esemanal.mx

LA NUEVA REALIDAD PARA LOS NEGOCIOS DE TECNOLOGÍA

- EL MERCADO DE SOLUCIONES DE SEGURIDAD, NUBE, COMUNICACIONES UNIFICADAS Y COMERCIO ELECTRÓNICO SE AFIANZAN
- LOS CANALES TIC ALCANZARON UNA CAÍDA DE -13%

Texto: Raúl Ortega

La aceleración de la digitalización aminoró la contracción del mercado; sin embargo, continúa existiendo incertidumbre sobre los dos escenarios de contracción, el primero de -5.4% en pesos corrientes y el segundo de -13.8%; en el caso de los resultados anuales podrían moverse hacia el -5.4%, aunque existe incertidumbre sobre la recuperación en el segundo semestre, debido a que es algo totalmente nuevo, asimismo sectores como finanzas, alimentos, comercio e instituciones gubernamentales con recursos, han ayudado disminuir las perspectivas poco alentadoras.

El avance hacia la transformación digital es inminente, lo cual traerá consigo que las organizaciones se digitalicen más, olvidando un regreso al pasado, sus pautas serán servicios digitales seguros (teletrabajo, monitoreo, comercio, etcétera) y la industria tendrá que reinventar su proceso de ventas para continuar en el mapa de la oferta-demanda y no perecer en el proceso o en el intento.

“Se espera una contracción de la economía mundial más profunda, seguida de un rebote para 2021. Lo cual, son noticias alentadoras, aunque en América Latina es menor (3.7%)”:
Ricardo Zermeño, Director General de Select.

En territorio nacional se calcula una caída histórica en la economía de -18.9% durante el segundo trimestre de 2020 y en promedio alcanzará -8.97% en promedio debido a que irá recomponiéndose, pero aún con números negativos. En 2021 el primer trimestre continuará con cifras negativas, mientras que para los subsiguientes periodos alcanzarán porcentajes positivos de 2.79%, sin embargo, son estimaciones con grado alto de incertidumbre.



RICARDO ZERMEÑO

Pronóstico económico:

2020: Primer trimestre -2.20%; segundo trimestre -18.90%; 3T -10.37% y cuarto trimestre -6.08%. En promedio -8.97%

2021: 1T -2.52%; segundo trimestre 6.94%, 3T 3.73% y cuarto trimestre 2.76%. Dando un promedio anual de 2.79%

La contingencia ha tenido un impacto diferenciado para los negocios TIC en el segundo trimestre de 2020, comenzando por los operadores de telecom, quienes sufrieron una caída de -5.4% (121 MMDP), después están los fabricantes de redes, software, PCs, periféricos y soluciones, quienes alcanzaron pérdidas por 62 MMDP (-10.5%), en tercer lugar se encuentran los canales que incluye a mayoristas, distribuidores, VARs y Retail con indicadores negativos de -13% (36 MMDP) y finalmente, los prestadores de servicios, como son integradores, consultores, centros de datos, fábricas de software y mantenimiento con un desplome de 19 MMDP (-5.1%). Las afectaciones a la economía en general, producto de la pandemia han tenido un efecto dominó, ya que al verse perjudicados severamente algunos sectores a diferencia de otros, repercutió en las ventas su capacidad de compra, por lo que terminó afectando a otros eslabones de la cadena económica a nivel nacional e internacional, y la industria de la tecnología no escapó a este panorama; es así que Select prevé dos escenarios para el mercado TIC en México: El primero con una caída de -5.4% y en un escenario B, donde existe incertidumbre, nuevos cierres, prolongación del confinamiento, se podrían ver un desplome de hasta -13.8% en 2020.

“Una caída del -13.8% sería histórica, ya que tomaría muchos años, tal vez hasta 2024 o 2025, regresar a los niveles de 2019 en caso de cumplirse el escenario B. Los datos más recientes que hemos estado recabando, nos permiten vislumbrar que el mercado se está moviendo hacia el primer escenario, ya que los vendedores de tecnología reportan buena dinámica, aunque no quitamos el dedo del renglón al prevenir que haya una realidad de riesgo mayor, donde la recuperación sea prolongada”: Alejandro Vargas, Gerente de análisis en Select.



Canales

El crecimiento en la facturación de canales TIC ha sido variante, en el primer trimestre de 2020 el trabajo remoto generó un incremento de 4%, mientras que, para el 2T, la falta de actividad económica y la reasignación de recursos generó una caída de -13% y a partir de junio 2020 los canales reconocen cambio positivo en el mercado.

Tendencias por categoría en la facturación de mayoristas (facturación en millones de pesos):

Productos de Valor

- Software con facturación en el 1S 2020 de \$2,938: Crecimiento moderado de 5% debido a los temas de seguridad.
- Equipo telecom con facturación en el 1S 2020 de \$2,730: Tasas negativas del -1%
- Servidores con facturación en el 1S 2020 de \$1,484: Alcanzó un decrecimiento de -21%
- Servidores TIC en la nube con facturación en el 1S 2020 de \$1,283: Pese a no ser tan grande la facturación debido al modelo de negocio que se trata de mayoristas, sin embargo, registró un crecimiento de 46%.
- Servicios TIC con facturación en el 1S 2020 de \$638: Registró una caída de -11%

Productos de Volumen

- Otros dispositivos con facturación en el 1S 2020 de \$3,445: Se desplomó con un -31%
- PCs con facturación en el 1S 2020 de \$6,707: Obtuvo un repunte moderado de 8%
- Periféricos con facturación en el 1S 2020 de \$4,595: Se mantuvo, no creció, ni decreció.
- Consumibles con facturación en el 1S 2020 de \$3,962: Con una pérdida de -5%

Es así que, del 1S19 al 1S20 los canales cayeron -4% en su facturación en pesos y los mayoristas registraron una caída de -3%. La mayoría de los canales perciben crecimiento secuencial en los meses de junio y julio, persiste duda si recuperación será sostenible, asimismo las oportunidades están en soluciones de seguridad, nube, comunicaciones unificadas, comercio electrónico y en el caso de los sectores están finanzas, salud, logística, educación, exportadoras, construcción. En MiPyMEs, soluciones TIC vinculadas a sectores de apoyo estatal.

ALEJANDRO VARGAS

RICOH LANZA NUEVOS DISPOSITIVOS INTELIGENTES EN COLOR A4 PARA EL LUGAR DE TRABAJO DIGITAL

Redacción eSemanal

LA MARCA ANUNCIÓ LA NUEVA SERIE DE DISPOSITIVOS INTELIGENTES EN COLOR A4, DESARROLLADOS PARA IMPULSAR LA DIGITALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRABAJO EN EL NUEVO NORMAL DE LAS EMPRESAS. SE TRATA DE CUATRO NUEVAS IMPRESORAS MULTIFUNCIÓN INTELIGENTES (IM C300, IM C300F, IM C400F E IM C400SRF), QUE SE ADAPTAN A LAS NECESIDADES CAMBIANTES DE LAS EMPRESAS GRACIAS A LA PLATAFORMA TECNOLÓGICA ALWAYS CURRENT TECHNOLOGY.

La tecnología inteligente de la compañía y la conexión a la nube garantizan la actualización constante de los dispositivos, de manera que siempre están al día en cuanto a funcionalidades técnicas, software, seguridad y sostenibilidad. Los usuarios pueden descargar e instalar nuevas aplicaciones, funciones y actualizaciones directamente en su dispositivo a medida que están disponibles, proporcionando así agilidad y flexibilidad, y evitando la renovación constante de los equipos multifuncionales. Además, el servicio de asistencia remota Ricoh “Intelligent Support” garantiza que las actualizaciones de software se realicen rápidamente, de manera que se maximiza su productividad.

Estos equipos imprimen a velocidades de 30 a 43 páginas por minuto. Cada modelo tiene funciones de impresión, escaneo y copia. Además, IM C300F incorpora fax e IM C400SRF también ofrece la opción de acabado.

“Las series IM C300 y IM C400 no tienen rival en la categoría de impresoras multifunción inteligente por su usabilidad, su rendimiento y sus múltiples funcionalidades. Además de impulsar la productividad, destacan por su pantalla táctil, que permite elegir y acceder a diversas aplicaciones inteligentes para simplificar los flujos de trabajo. La calidad de imagen es otro aspecto destacable, con resultados con un color vibrante. Para nosotros es

una prioridad ofrecer a nuestros clientes dispositivos avanzados, fiables y a la vanguardia del mercado, pues creemos que son claves para reforzar y llevar más allá los espacios de trabajo digitales”, dijo Kristal Piccolo, Sr. Manager, Product Marketing Strategy en Ricoh Latin America.

Los nuevos dispositivos incluyen el Smart Operation Panel de la marca, equipado con un procesador actualizado que proporciona transiciones más rápidas entre aplicaciones y una pantalla táctil suave y de rápida respuesta. A través del panel, los expertos del servicio técnico pueden acceder de forma remota al dispositivo para solucionar cualquier incidencia de forma rápida y realizar actualizaciones automáticas de firmware.



eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

FELICITA A

Lunes 10

28 ANIVERSARIO DE **PERFECT CHOICE**

Martes 11

14 ANIVERSARIO DE **LACES NETWORK**

Miércoles 12

KRISNA KAREN SERRATO GRANADOS, DIRECTORA DE HIPERCUBICA

JOSÉ LUIS RAMÍREZ, DIRECTOR GENERAL EN IDEA VERDE

Jueves 13

MARCOS IBÁÑEZ VILLALOBOS, DIRECTOR REGIONAL DE DISTRIBUCIÓN EN DELL TECHNOLOGIES

GUILLERMO CASAVANTES GONZÁLEZ, DIRECTOR GENERAL EN POMP TECHNOLOGIES MÉXICO

Viernes 14

RICARDO ZERMEÑO GONZÁLEZ, DIRECTOR GENERAL DE SELECT

CARLOS CORREDOR, DIRECTOR OF SALES LATIN AMERICA DE ELO TOUCH

ADRIÁN IBARRIA MARTÍNEZ, ACCOUNT MANAGER EN CDP

Sábado 15

MARIO ESPINOSA PONCE, DIRECTOR EN CECAP

JUAN FRANCISCO ÁLVAREZ SÁNCHEZ, ESTRATEGIC ACCOUNT MANAGER EN STULZ

Domingo 16

JORGE ADRIÁN ALARCÓN MONTOYA, PRODUCT MANAGER EN SYSCOM

Suscríbete

ZTE

COLABORA CON CHINA MOBILE PARA LANZAR EL SERVICIO CLOUD CLASSROOM

Autor: Redacción **eSemanal**



www.youtube/noticiasdelcanal

ZTE CORPORATION HIZO PÚBLICO A FINALES DEL MES DE ABRIL SU COLABORACIÓN CON CHINA MOBILE PARA LANZAR “CLOUD CLASSROOM”, UN SERVICIO BASADO EN LA PLATAFORMA IPTV (TELEVISIÓN POR PROTOCOLO DE INTERNET), QUE PRESENTA RECURSOS EDUCATIVOS MASIVOS DE ALTA CALIDAD A ESTUDIANTES PARA CLASES EN LÍNEA.

D

ado el impacto que la llegada de la COVID-19 ha tenido en las actividades que antes se consideraban cotidianas, la opción de poder

brindar recursos educativos de primer nivel a los estudiantes, adquiere gran relevancia. Mediante este servicio, los alumnos podrán tomar clases abiertas en la televisión de su casa lo cual les permitirá seguir aprendiendo, incluso a pesar de que sus actividades escolares se han visto suspendidas en diferentes países por temas de salud.

El servicio de Cloud Classroom se implementa en la plataforma de red de contenido construida por ZTE. Con capacidades abiertas, esta plataforma admite la programación y distribución unificadas de servicios de desarrollo propio y contenido de terceros. Por lo tanto, los recursos educativos en Internet se pueden introducir con un sólo “clic”, asegurando la percepción unificada del usuario. Además, confiando en las sólidas capacidades integradas de CDN (Red de Distribución de

Contenidos), así como en la capacidad de programación inteligente y precisa, esta plataforma garantiza una gran calidad de servicio aun teniendo una alta concurrencia o demanda. Para los VOD (Video on Demand) educativos populares, la tasa de éxito del contenido puede alcanzar el 99.5%, brindando una mejor experiencia de usuario.

La marca ha completado la entrega del proyecto en un par de días, asegurando la rápida introducción de enormes recursos educativos en línea. Respaldado con soluciones CDN maduras y capacidad de entrega rápida, ZTE en China ha cumplido con los requisitos urgentes de aprendizaje en línea durante el brote de COVID-19.

Basado en la plataforma CDN superior de China Mobile, ZTE abordará y explorará más necesidades de servicio en el futuro. Mediante el portal de operación fácil de usar y la plataforma con capacidades abiertas, ZTE continuará su colaboración con China Mobile para proporcionar a todas las industrias el servicio de distribución de contenido.

PRODUCTOS

DS Transfer Multi Use Paper de 24" de **Epson**

Papel de sublimación, funciona tanto para aplicaciones textiles como rígidas, destacando el secado instantáneo. Cubre demanda en el mercado de sublimación en productos promocionales.

Descripción

Papel sublimación 24" x 30.48 mts (1 Rollo / Caja). Para el correcto funcionamiento de los equipos SureColor F570 y SureColor F571, logrando mejores resultados en sublimación al utilizarse en conjunto con las tintas de la marca.

Características

- Acabado
- Núcleo interno de 2"
- Espesor de 4.5 mils
- Gramaje de 85g / m2
- Disponible con distribuidores autorizados

contactame@esemanal.mx



P40 Pro+ de **Huawei**

Integra sistema de cámaras Ultra Vision Leica con cinco lentes y procesador HiSilicon Kirin 990 de ocho núcleos que corre a 2.86 GHz. Cuenta con pantalla OLED de 6.58" con una resolución de 2640 x 1200 pixeles, lector de huellas en pantalla y certificación IP68.

Descripción

Cuerpo cerámico y frente de vidrio. Posee un lente principal de 50 MP, uno ultra gran angular de 40 MP, así como un periscopio de 8 MP, además de un adicional para mejorar el zoom digital y un TOF 3D. En la parte frontal tiene un sensor doble de 32 MP y un TOF3D IR biométrico.

Características

- Zoom óptico 10x con un zoom máximo digital de hasta 100x
- GPU Mali-G76 MP16
- 8 GB de memoria RAM
- 512 GB de almacenamiento expandible hasta 256 GB
- Android 10 con una capa de personalización de EMUI 10.1
- Conectividad Wi-Fi 6, 5G
- Batería de 4.200 mAh
- Dispondrá de servicio VIP

contactame@esemanal.mx



Grabadora de voz UX570 de **Sony**

Capaz de grabar fuentes de audio tenues sin capturar el ruido de fondo excesivo, gracias a su micrófono de alta sensibilidad y bajo ruido.

Descripción

Delgada, ligera y fácil de transportar.

Características

- Configuración de captura de audio para frecuencias vocales
- Grabación pura con menos ruido de fondo
- Pantalla grande que facilita comenzar, revisar o administrar las grabaciones
- Easy Search permite retroceder tres segundos o avanzar 10 con un clic
- Transfiere archivos a la computadora mediante puerto USB

contactame@esemanal.mx



Pylon de **XPG**

Fuente de poder con certificación 80 Plus Bronze. Ofrece eficiencia de conversión de hasta 89% y una calidad cercana a la de las fuentes de poder de nivel Gold.

Descripción

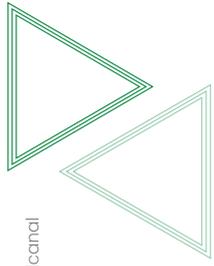
Para el funcionamiento continuo del sistema de alimentación 24/7. Viene en cuatro opciones de potencia: 450W, 550W, 650W y 750W para satisfacer diferentes necesidades y escenarios. Silencioso y diseñado para durar.

Características

- Circuito 100% DC a DC + 12V.
- Cumple con la guía de diseño para fuentes de poder ATX de Intel en su función de modo de reposo
- Presenta una distribución de energía constante y eficiente
- Capaz de admitir tarjetas gráficas y CPU de gama media a alta
- Ventilador FDB de 120 mm combinado con condensadores japoneses de 105 ° C

contactame@esemanal.mx





LA MISIÓN CRÍTICA DE LA CONTINUIDAD DE NEGOCIO: CYBERPOWER

Autor: Redacción **eSemanal**

- LA CONTINGENCIA SANITARIA ACELERÓ LA MIGRACIÓN AL ENTORNO DIGITAL EN BÚSQUEDA DE LA CONTINUIDAD DE OPERACIONES, UNA GESTIÓN REMOTA DE LA ENERGÍA ES CLAVE PARA GARANTIZARLO.

El avance de la contingencia sanitaria desplazó a sus hogares a más de 3,900 millones de personas en el mundo, de acuerdo a informes de la AFP. Un hecho sin precedentes que aceleró la migración de las empresas hacia el entorno digital en la búsqueda desesperada de una continuidad de operaciones mediante esquemas de trabajo a distancia. Esta evolución en los modelos de negocio ha permitido tomar las medidas necesarias para minimizar el impacto del cierre en las economías; no obstante, la persistencia en las fallas de la red eléctrica continúa suponiendo un riesgo para la infraestructura de misión crítica.

Tan sólo durante 2019, las pérdidas ocasionadas por el fallo o robo a la energía rozaron los 55 mil mdp para la CFE, mientras que, para la IP, este valor es incalculable; sin embargo, la súbita interrupción en el servicio ha generado pérdidas al 90% de las empresas en el país, según un informe publicado por Mexis.

EL INSTITUTO MEXICANO PARA LA COMPETITIVIDAD REVELÓ QUE SE PIERDE ALREDEDOR DEL 16% DE LA ENERGÍA PRODUCIDA ANUALMENTE, COLOCANDO A MÉXICO COMO EL PAÍS CON EL MÁS ALTO ÍNDICE DE PÉRDIDAS ECONÓMICAS EN TRANSMISIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA A NIVEL MUNDIAL.

A pesar de ello, este fenómeno está lejos de ser una afectación exclusiva de México. Durante el 2012, la compañía de teléfonos inteligentes BlackBerry, que entonces contaba con una cuota del mercado mundial superior al 25%, reportó pérdidas por arriba de los 350 millones de dólares luego de registrar una interrupción en sus sistemas operativos que se extendió por cuatro días.

La falla, que se extendió por todos los continentes, terminó formando parte de la debacle de la organización debido a que este problema suscitó la migración masiva de clientes corporativos y de usuarios móviles, resultando en un golpe de suerte para sus competidores. Actualmente, la empresa tecnológica cuenta con una participación en el mercado mundial menor al 5%.

“Los cortes y variaciones en el suministro de energía han representado siempre una grave amenaza para la productividad, y ahora, frente a la vulnerabilidad en la que nos encontramos debido a que atravesamos un proceso de migración hacia la digitalización mientras sorteamos la mayor crisis económica de la historia, la puesta en marcha de un plan de contingencia permitirá consolidar nuestros esfuerzos de transformación”, comentó Alejandro Sánchez, Director General de CyberPower Systems México.

La evolución y la infraestructura crítica



ALEJANDRO SÁNCHEZ

El crecimiento económico se ha desarrollado a la par de una estrecha relación de dependencia energética donde, incluso con la evolución de los modelos de negocio, las industrias requerirán de una fuente de energía óptima y confiable, capaz de mantener en marcha los sistemas productivos.

Con el mejoramiento de dichos procesos, la infraestructura de misión crítica se consolida como todo aquel sistema que necesitará mantenerse operante 24/7, ya que una interrupción en su ejecución desencadenaría afectaciones que comprometerían la productividad y confiabilidad de la compañía.

Asimismo, diversas industrias han visto intensificada su necesidad de contar con una fuente de energía de respaldo conforme se han desarrollado los avances tecnológicos en función de la mejora de los procesos y servicios.

De igual manera, a la par que aumentan los fenómenos meteorológicos de gran magnitud, se desarrollan políticas ambientalistas que contemplan cortes de energía programados a fin de disminuir las emisiones de carbono a la atmósfera.

El respaldo de la energía mediante sistemas de UPS de misión crítica protegerá los sistemas conectados a la red eléctrica ante eventuales cortes o fallos de energía, manteniendo a salvo la infraestructura, garantizando la continuidad de negocio y disminuyendo la huella de carbono.

La administración remota de la energía se reafirma como la solución idónea para la consolidación y fortalecimiento de la continuidad de operaciones en medio de una economía cada vez más digitalizada y una sociedad hiperconectada, donde los conceptos de trabajo y educación a distancia en ciudades inteligentes formarán parte de la nueva normalidad.

Un plan de contingencia

El poder ininterrumpido de los servicios se ha convertido en un elemento crucial del plan de continuidad de negocio. Es de suma importancia contar con un plan de contingencia de protección de energía que permita blindar la continuidad de los servicios. El uso de baterías de respaldo asegura la protección contra fluctuaciones en el voltaje y el ruido eléctrico.

“La incorporación de unidades de distribución de energía, (PDUs) monitoreables hacia todos los equipos dentro del centro de datos, aunado a la inclusión de una tarjeta de red en la gestión de los UPS de misión crítica y la integración de una plataforma de software de administración de la infraestructura eléctrica, permitirán monitorear de manera remota la energización de los equipos, programando mantenimientos periódicos, lo que garantizará la integridad de todos los sistemas productivos. Tomar las medidas adecuadas en este momento asegurará la continuidad de la compañía en un futuro”, concluyó el directivo.

LLEGA A MÉXICO LA FAMILIA MICROSOFT SURFACE

Redacción eSemanal

CON DISPOSITIVOS Y ACCESORIOS DISEÑADOS ESPECIALMENTE PARA EMPRESAS Y CONSUMIDORES, SURFACE LLEGÓ AL PAÍS A TRAVÉS DE SEIS DISTINTOS DISPOSITIVOS, MISMOS QUE ESTARÁN DISPONIBLES A PARTIR DE AGOSTO. LA GAMA COMPLETA SE PODRÁ ENCONTRAR EN DOS VARIANTES, PARA USO EMPRESARIAL Y EN CASA.

A través de un evento virtual, el fabricante dio a conocer la nueva familia de dispositivos Surface. Desde el 5 de agosto, los dispositivos Surface Pro 7, Surface Pro X y Surface Laptop 3 estarán disponibles en el país. Posteriormente, el 25 de agosto también estarán disponibles Surface Go 2 y Surface Book 3.

Además, Microsoft trae al mercado mexicano Surface Pro X para consumidor y Surface Hub 2S para empresas, dispositivo todo en uno, creado para el trabajo en equipo; único en su clase al ser totalmente móvil y tener integrado el sistema operativo Windows.

“En estos momentos en los que vivimos conectados a través de pantallas y dispositivos, el que llegue Microsoft Surface a México es una noticia sumamente importante para nosotros y muy esperada por los consumidores mexicanos”, señaló Enrique Perezyera, Director General de Microsoft México.

“Surface es especialmente relevante porque forma parte de nuestro plan de inversión de 1,100 millones de dólares en el país, llamado ‘Innovar por México’ con el que buscamos acelerar la transformación digital del país y por ello con Surface hemos seleccionado una amplia gama de modelos especialmente desarrollados para uso empresarial. Para facilitar el aprendizaje y disfrutar con las personas que más queremos”, detalló el directivo.

Según se explicó, la línea de dispositivos fue pensada de acuerdo con las necesidades que los usuarios tienen, ya sea empresariales, para trabajadores de primera línea que se mantienen en constante movimiento y requieren estar conectados todo el tiempo, o bien necesidades personales para entretenimiento, tareas escolares o desarrollo creativo.



Familia Surface

-**Surface Pro 7:** portátil 2 en 1 con pantalla táctil de 12.3 pulgadas, ultraligero y versátil. Ahora con un procesamiento más rápido y más conexiones, además de una batería que dura de todo el día. Ahora es más versátil con puertos USB-A y USB-C.

-**Surface Pro X:** dispositivo más móvil que Microsoft ha construido, con tecnología LTE, como tener un celular en una tableta.

-**Surface Laptop 3 (13.5" y 15"):** laptop con diseño delgado, ligero y elegante, con duración de batería de hasta 11.5 horas.

-**Surface Go 2:** laptop con diseño ligero y portable, es el dispositivo para cualquier usuario en la empresa o la familia. Es una opción 2 en 1.

-**Surface Book 3 (13.5" y 15"):** laptop diseñada para profesionales que necesitan el rendimiento a nivel de una computadora de escritorio, en cualquier lugar.

-**Surface Hub 2S:** sala de reuniones móvil, cuenta con sistema operativo Windows 10, Microsoft Teams for Surface Hub, Microsoft Whiteboard, Microsoft Office (Mobile) y Microsoft Power BI, para llevar el trabajo en equipo a cualquier lugar.

Surface para empresas cuenta con diversas características para trabajar específicamente en un ambiente empresarial, contando con el sistema operativo Windows 10 Pro, garantías especiales, procesador Intel de 10a generación e integración con todos los sistemas como Teams, Office y Microsoft EMS. Los dispositivos enfocados para las empresas estarán disponibles a través del canal de socios de Microsoft, quienes también podrán brindar asesoría y garantías.

La línea Surface estará disponible en México a través de Ingram Micro, quien cuenta con una estrategia completa de logística, distribución y atención al canal. El mayorista también se encargará de proveer todo el soporte necesario.

“Con Surface buscamos crear una experiencia única y especial, en cualquier lugar, ya sea trabajando en casa o en movimiento”, comentó Moisés Avelar, Director de Consumo para Latinoamérica Hispánica en Microsoft.

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



eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

TODA LA INFORMACIÓN TIC LLEGA A TÍ, EN TUS
REDES SOCIALES



www.esemanal.mx