

14 de Septiembre 2020 · Año 29 | No. 1395

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

MARCAS TIC A LA MEXICANA

CT INTERNACIONAL

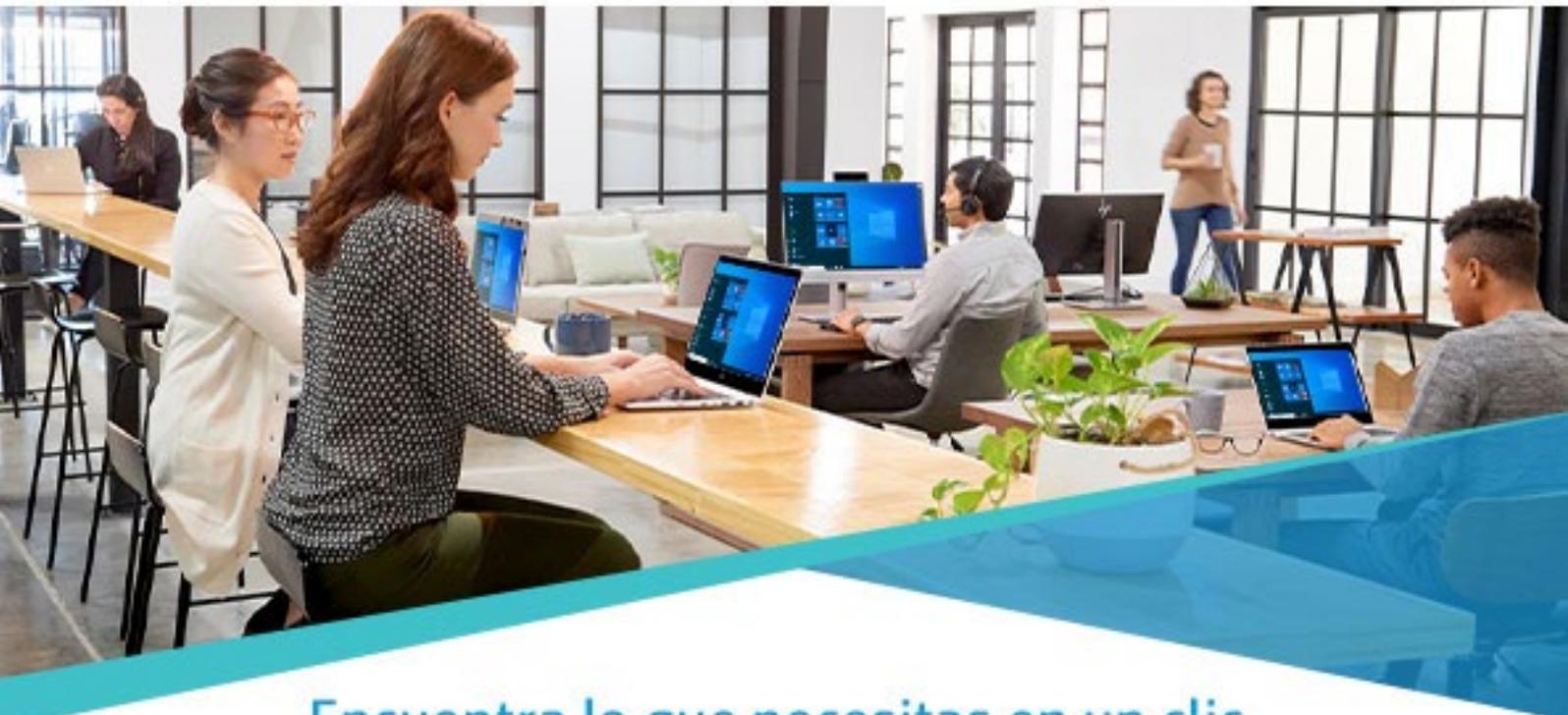
28 años de
estar contigo

KOBLENZ

Compañía nacional
con respaldo total
al canal

TEAM

Mayorista mexicano
con liderazgo



Encuentra lo que necesitas en un clic.

HP CONNECT, la herramienta para Canales donde agilizamos procesos de cotización, disponibilidad de productos, especificaciones técnicas, precios y más.

- Disponibilidad en línea de todos nuestros Mayoristas Autorizados
 - Descuentos para cliente final a partir de 30 unidades
 - Cotizaciones en menor tiempo

Conoce más

Contacta en HP CONNECT a tu mayorista favorito.



Windows 10 Pro significa negocio.

Intel®



Álvaro Barriga •

MARCAS MEXICANAS A LA ALTURA DE CUALQUIER PAÍS

El número de marcas mexicanas crece constantemente en todos los sectores, algunas destacan por sus altos niveles de certificaciones tanto nacionales como internacionales; en el caso de la industria de TIC, la competitividad exige a mayoristas, fabricantes, desarrolladores y canales de distribución, estar a la vanguardia, proveer diferenciadores y generar valor.

En esta edición, hacemos un breve homenaje a las marcas mexicanas de TIC que siguen vigentes y en constante evolución; hay tantas historias de éxito en nuestra industria que han inspirado a muchos a seguir su ejemplo, así como de algunas otras que no lograron sobrevivir a situaciones adversas como devaluaciones, malas prácticas, etcétera.

El equipo editorial de **eSemanal** entrevistó a directores de algunas de las principales compañías mexicanas de TI como: CONTPAQi, GHIA, Industrias Sola Basic, Koblenz, Perfect Choice, Vorago y del mayorista de valor TEAM, quienes compartieron sus fortalezas y oportunidades de negocio.

Algunos directivos coincidieron que al ser marcas mexicanas, es posible enfocarse y entender de cerca las necesidades de los consumidores finales, con base en sus gustos, poder adquisitivo y diferencias regionales, puntos importantes al momento del diseño de los productos y no sólo en las especificaciones tecnológicas.

También hablaron de la importancia que tiene en la actualidad conformar ecosistemas, como una base vital para desarrollarse y crecer, ya que tratar de hacerlo todo tú solo, puede ser mortal para las compañías de tecnología, en cambio, buscar alianzas es el camino para fortalecerse mutuamente.

Otro tema importante y fundamental en la industria de TIC es crear estrategias a largo plazo para asegurar la permanencia, así como ser leal a los socios de negocio y a los usuarios finales, brindándoles siempre un buen servicio y productos de calidad.

La semana pasada se dio a conocer el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación (PPEF) para el Ejercicio Fiscal 2021, en el que el gobierno de Andrés López, Presidente de México, planea enfocar la mayor parte de sus recursos a la educación, programas sociales para sectores de la población vulnerables y los servicios de salud públicos. En cuanto a ciencia, tecnología e innovación para el siguiente año en nuestro país, registrará un crecimiento del 4.2% en comparación con el mismo periodo pasado. Al respecto, el presidente de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), Gustavo de Hoyos, expresó que el Proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2021 no promueve la recuperación económica que se necesita en el país.

¡Felices fiestas patrias!

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 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: 04-2013-100617455000-102. 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 15 de junio. 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

6 MARCAS TIC A LA MEXICANA

FABRICANTES

13 KOBLENZ, MARCA MEXICANA CON RESPALDO TOTAL AL CANAL

26 GHIA 12 AÑOS CRECIENDO SU PORTAFOLIO Y CONFIANZA
CON EL CANAL

28 WD: EL GAMING Y EL DIO, UN MERCADO QUE SE VIVE

30 CYBERPOWER APUNTALA AL CANAL CON CERTIFICACIONES
COMERCIALES Y TÉCNICAS

34 DELL TECHNOLOGIES ACTUALIZÓ SU PORTAFOLIO PARA
GENERAR MÁS NEGOCIO AL CANAL

41 LLEGÓ A MÉXICO **HIREF** Y BUSCA CANALES PARA AMPLIAR SUS
OPORTUNIDADES

43 GIGABYTE PRESENTÓ NUEVOS MONITORES



GHIA



CYBERPOWER



HIREF

MAYORISTAS

17 TEAM, MAYORISTA MEXICANO CON LIDERAZGO QUE ALINEA SUS INTERESES CON EL CANAL

19 CT INTERNACIONAL, 28 AÑOS DE ESTAR CONTIGO

23 COMPUCENTER Y FUJITSU, PUNTA DE LANZA EN LA NUEVA NORMALIDAD

DESARROLLADORES

32 EL NEGOCIO DE LA SEGURIDAD EN LA NUBE ESTÁ CON **TREND MICRO**

47 APUESTA **SOPHOS** POR LA EDUCACIÓN DEL CANAL Y LA DIVERSIDAD

39 ESEMANAL FELICITA

INTEGRADORES

45 KIO NETWORKS APUESTA POR LA ESPECIALIZACIÓN DE LOS CANALES



TEAM



COMPUCENTER



SOPHOS



KIO NETWORKS

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

MARCASTIC ALA MEXICANA

LAS MARCAS MEXICANAS PERTENECIENTES A LA INDUSTRIA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES (TIC) HAN DEMOSTRADO DURANTE MUCHOS AÑOS SU ENTREGA Y COMPROMISO CON LA CALIDAD QUE PRESENTAN SUS PRODUCTOS Y DESARROLLOS TECNOLÓGICOS, MISMO QUE MEJORAN CADA VEZ MÁS, INCLUSO APEGÁNDOSE A LOS ESTÁNDARES INTERNACIONALES DE CALIDAD.

Texto: Anahí Nieto



T

anto fabricantes, desarrolladores y mayoristas mexicanos, se caracterizan por tener una gran pasión en esta industria, una relación más cercana y de mutua confianza con el canal de distribución. **eSemanal** conversó con algunas de las marcas de tecnología más representativas del país, quienes se han abierto camino en este mundo tecnológico y ahora comparten su historia, experiencia y consejos.

CONTPAQi

René Torres, Director General y Presidente de Consejo.

El desarrollador, con 36 años en el mercado y más de un millón de usuarios, encontró grandes retos desde sus inicios, el principal: el dinero. 11 socios reunieron sus ahorros para poder conformar la empresa y comenzar con el desarrollo del software, el dinero se acabó rápidamente y se vieron en la necesidad de solicitar un préstamo en el banco teniendo como aval la casa de la madre de uno de ellos.

René Torres recordó que la primera versión del software tardó nueve meses en desarrollarse, y tomó más tiempo en que se comenzaran a generar ventas, por ello, pagar la nómina de los colaboradores representaba un gran reto; sin embargo, encontró solidaridad de una gran parte de ellos, quienes permanecieron en la compañía algunos meses sin sueldo.

“Desde entonces, la palabra “empleados” quedó extinta en CONTPAQi. Yo no tengo empleados, yo tengo colaboradores, porque compartimos un mismo proyecto de vida, en el que buscamos conjuntar nuestros dones y talentos para resolver los problemas de la micro, pequeña y mediana empresa”, dijo René Torres.

Actualmente, CONTPAQi es la marca que tiene una mayor cantidad de contribuyentes timbrando, y ha consolidado un portafolio extenso de productos enfocados a: procesos contables, como Contabilidad, Nóminas, Bancos, XML en línea; procesos comerciales; Comercial y CFDI Facturación; software en línea: para Factura electrónica, Punto de venta, Producción y Gastos; software enfocado a la productividad con EvalúaO35 y Kursá; soluciones en la nube con el Escritorio Virtual y Respaldos; y Wopen, la plataforma más reciente enfocada al comercio electrónico.

Aunque anteriormente el 80% de las ventas eran a través de los mayoristas y el resto por ventas directas, desde el 2007 el 100% de las ventas de CONTPAQi son a través de su red de distribuidores, con ellos mantienen una relación cálida y están comprometidos a capacitarlos para convertirlos en consultores de negocio y puedan agregar valor.

Desde que comenzó el trabajo remoto, René Torres considera que las personas son más productivas, pero también se trabaja más, por lo cual cada quince días los colaboradores tendrán un viernes libre. “La innovación no sólo puede ser tecnológica, sino en la forma de llevar los negocios, y yo creo que ahí también estamos innovando”, concluyó el directivo.



MARCAS DEL GRUPO CVA

Armando Gallo, Director Comercial de la Unidad de Marcas Propias del Grupo.

Como parte de la iniciativa del Grupo CVA, han nacido cuatro marcas mexicanas fabricantes de soluciones tecnológicas, cada una con su propia identidad, estrategia, programa de promociones, programa de canales, equipos demos y comercialización en línea.

-Ghia: este mes fue su aniversario número 12 en el mercado, nació bajo la idea de ofrecer un producto flexible en su configuración, con un precio flexible, una garantía más rápida y un mejor tiempo de respuesta para los clientes. De acuerdo con Gallo, en la actualidad, es una marca reconocida por los consumidores, en parte por la calidad que presentan en los productos y en su proceso de fabricación, por la atención que ofrecen y por las líneas de negocio que tienen: desde computadoras de escritorio, televisiones, teléfonos, puntos de venta, accesorios, reguladores de energía, no-breaks, adaptadores y convertidores, y productos de limpieza, entre otros. Ghia cuenta con 27 categorías de productos, y en su portafolio figura una variedad de más de 500.

Su distribución es a través del canal de distribución, en retail a nivel nacional y con los mayoristas Grupo CVA e Ingram Micro.



-**Mirati**: productos de domótica y seguridad, comercializados a través del mayorista, distribuidores, e-commerce y marketplace.

-**Ocelot**: diseñada en honor al animal ágil, silencioso y cazador, es una marca enfocada a gaming con un portafolio de más de 35 productos: 8 modelos de teclados, 4 de gabinetes, 6 de ventiladores, 9 de diademas y 8 modelos de mouses. Se comercializan únicamente a través del canal de distribución, que en su mayoría tienen presencia en e-commerce. A pesar de sus recientes meses en el mercado, ha tenido una gran aceptación, su expectativa para finalizar este 2020 es lanzar nuevos monitores, cámaras web y sillas especiales para gaming.

-**Quaroni**, marca dedicada a los componentes, que abarca desde gabinetes, teclados, mouses, hasta memorias; su comercialización es a través de CVA y sus distribuidores.

“La filosofía de las cuatro marcas es la misma, su estrategia está pensada a largo plazo, con base en ofrecer a los clientes productos de calidad y funcionalidad actual, además, cuentan con todo el respaldo del Grupo”, concluyó Gallo.

“El crecimiento ha sido vertiginoso y gran parte se lo debemos a nuestros múltiples canales de distribución que nos han apoyado y crecen cada día en una relación ganar-ganar que se ha enriquecido a través de los años”, concluyó Gabbai.

“El crecimiento ha sido vertiginoso y gran parte se lo debemos a nuestros múltiples canales de distribución que nos han apoyado y crecen cada día en una relación ganar-ganar que se ha enriquecido a través de los años”, concluyó Gabbai.

“El crecimiento ha sido vertiginoso y gran parte se lo debemos a nuestros múltiples canales de distribución que nos han apoyado y crecen cada día en una relación ganar-ganar que se ha enriquecido a través de los años”, concluyó Gabbai.

jmgabbai@isbmex.com



INDUSTRIAS SOLA BASIC (ISB)

Jean-Marie Gabbai, Gerente Nacional de Ventas de Energía.

Empresa 100% mexicana con 65 años de vida en el mercado nacional, dedicada a diseñar, fabricar, y comercializar sus dos grandes líneas de producto: Iluminación, con balastos y luminarias de todos tipos, incluyendo mayormente LED's y energía, compuesta con no-breaks y reguladores, desde domésticos hasta industriales de diferentes tecnologías, ya sea electrónicos, ferromagnéticos y ferroresonantes que ofrecen energía de calidad para una extensa gama de aplicaciones. Todos los productos son diseñados por competentes ingenieros mexicanos con base en los requerimientos del mercado nacional y tomando en cuenta las oportunidades que ofrece la infraestructura del país, apegándose siempre a la normatividad vigente en cuya definición participan con representantes en los comités de normalización establecidos por la autoridad competente para esos fines.

“Como fabricantes nacionales, hemos participado exitosamente en grandes proyectos nacionales, como el de ‘Unificación de la Frecuen-



KOBLENZ ELÉCTRICA S.A. DE C.V

Hugo Morales, Director de Canal de Cómputo.



Marca 100% mexicana, en julio de este año cumplió 61 años en la Industria, se dedica a la fabricación, importación y comercialización de sus diferentes líneas de productos: Energía, con reguladores, No-Breaks desde 500 va hasta 40 Kvas y supresores; Productos de Línea Blanca, como lavadoras, secadoras, campanas, parrillas, hornos, estufas, entre otros; Aspiradoras, inalámbricas, canister, barredoras, multiusos, y más; Equipos Profesionales de Limpieza, Sanitización e Hidrolavadoras.

“Nuestra misión es diseñar y fabricar productos innovadores de clase mundial. Somos la alternativa más confiable en soluciones de energía y respaldo para el canal integrador en México”, detalló el directivo.

“Nuestros procesos son a través de la norma Iso 9001 con lo que podemos respaldar la calidad de nuestra fabricación nacional, lo cual nos permite exportar a 23 países nuestros productos. Tenemos tres plantas en México y operaciones en Estados Unidos. Con 2000 colaboradores somos una de las empresas líderes más sólidas en nuestro país”, enfatizó Morales.

El directivo agregó que son pioneros en la fabricación de reguladores, el primer regulador que lanzaron al mercado se fabricó en los años 50 para las televisiones de bulbos, “una ventaja con Koblenz es que conocemos las condiciones eléctricas del país desde siempre”, comentó. Actualmente, Koblenz cuenta con 160 centros de servicio a nivel

ISB SOLA BASIC®
 ...en protección, tu única opción

NO BREAKS



**Fabricantes
 MEXICANOS**



NBKS
No-Break
 1000
 SOPORTE ELECTRÓNICO
 REGULADO INTELIGENTE

HASTA
60
 minutos de
RESPALDO*

CAPACIDAD nominal
 1 000 VA
TIEMPO de respaldo a media carga
 22 minutos
IDEAL para:
 Consola de videojuegos /
 Pantalla de LED (hasta 50") /
 Computadora con monitor de 19" /
 Módem / Bocinas inteligentes

GARANTÍA
2 AÑOS
 BATERÍA
3 AÑOS
 EN COMPONENTES

CONOCE NUESTRA AMPLIA GAMA DE PRODUCTOS EN: www.isbmex.com

SIGUENOS EN:   



nacional, además de ofrecer al canal capacitaciones, programa de equipo semilla, programa de rebates, premios y márgenes de dos dígitos de ganancia para el canal.

“Nuestro principal reto es que el canal de distribución nos vea como una alternativa confiable en el segmento de altas capacidades en equipos de 1 a 40 kvas, actualmente tenemos campañas de certificación para el posicionamiento de nuestra marca en este sector de negocios”, concluyó.

moralesh@koblenz.com



PERFECT CHOICE

Felipe Coronado, Director General.



La empresa inició en 1992 como la primera marca en México y Latinoamérica enfocada en accesorios para computadora. Comenzaron operaciones en Guadalajara, Jalisco, donde tuvieron acercamiento con mayoristas; sin embargo, el segmento de accesorios era visto como “pequeño” para su modelo de negocio.

Es por ello que comenzaron a trabajar con el canal de distribución de forma directa, “en 4 años ya teníamos más de mil quinientos distribuidores, fue entonces cuando comenzamos a trabajar con mayoristas para poder llegar a todos los estados del país y sumar miles de distribuidores”, mencionó el directivo.

En la actualidad cuentan con varios segmentos de productos: Audio: audífonos, bocinas, teatros en casa, micrófonos y transmisores; Gadgets: smartwatch, pulseras, mouse, teclados, presentadores, cargadores, cables y limpiadores; Bags & Cases: mochilas, portafolios, bolsos, maletas, fundas y estuches; Gaming: audífonos, teclados, mouse y tapetes; e IOT: dispositivos para automatización de iluminación, audio y accesos.

“En nuestra historia hemos enfrentado varios retos por situaciones económicas que han afectado a México y a la industria, desde la crisis de 1995 cuando estábamos en plena etapa inicial de crecimiento en el país, hasta la situación actual que además de crisis económica ha cambiado drásticamente las necesidades del consumidor. En esta etapa hemos tenido que cambiar los niveles de inventario de muchos productos que ahora se necesitan más, y disminuir otros”, explicó Coronado.

“Los invitamos a crecer la cultura de cuidado de la salud en centros de trabajo y en los hogares, también a mantener el ánimo muy en alto. Estamos en una industria que sin duda es muy requerida para nuestro México, tendremos bastante crecimiento en nuestros productos y servicios, preparémonos para una sociedad más tecnológica y más digital, tenemos mucho por hacer”, concluyó.



Capacita a tu fuerza de ventas en Soluciones de Autoservicio

elo



Clic Aquí

fernanda.flores@elotouch.com
esemanal.mx/ads/elotouch



TEAM
Miguel Ruíz, CEO.

Con 39 años en el mercado, Tecnología Especializada Asociada de México (TEAM), cuyo principal negocio consistía en la representación de marcas y su desarrollo, ha logrado consolidarse como un mayorista de valor agregado. Aunque, durante su historia también tuvo que hacer frente a retos, como a la crisis del año 1994, donde se vieron envueltos en deudas que terminaron de pagar en el 2001.

Sus actuales líneas de negocio son Cloud y Edge Computing, con una nube propia. Otras líneas de negocio que tienen son Movilidad y Workplace, Ciberseguridad, con crecimiento de doble dígito; Hibrid Data Center, Analytics y Data Management, con 50% de crecimiento; y Design and Printing.

Además del portafolio robusto, los modelos de negocio del mayorista potencian las oportunidades, con un esquema XaS, todo como un servicio, integración y mayoreo tradicional, aunado al Market Place. Otras herramientas que encuentran los socios de la compañía son la atención personalizada y constante, el acompañamiento en el proceso de preventa, durante los proyectos, y posventa.

El directivo explicó que parte de las ventajas de TEAM consisten en la relación que mantiene con su canal de distribución, a quienes conocen bien, desde sus prioridades, negocios, hasta los clientes, lo que genera que en conjunto creen valor agregado para los usuarios.

“Además de nuestro portafolio, sobresalimos debido a la cercanía, flexibilidad, agilidad y rapidez con la que damos respuesta a nuestros clientes”, explicó Ruíz.

Para garantizar la atención inmediata del canal, cuentan con siete sucursales en la región, donde personal especializado en las soluciones tecnológicas puede apoyarlos y darles seguimiento a sus requerimientos.

A pesar de los retos que han sido los últimos meses a causa de la pandemia por COVID-19, y con el decrecimiento de marcas de hardware, TEAM continúa creciendo, de acuerdo con el directivo, han salido adelante ajustando su propuesta y alineando las necesidades y expectativas que tienen en conjunto con canales y fabricantes.

“Los invitamos a acercarse con nosotros, aprovechen las capacidades que hemos creado en TEAM, somos orgullosamente mexicanos y estamos para apoyar a los canales”, finalizó el directivo.

Marketeam@teamnetmkt.com.mx





marca mexicana con respaldo total al canal

A lo largo de 61 años, en Koblenz nos hemos caracterizado por ser pioneros en la fabricación de reguladores de voltaje y equipos de protección eléctrica, somos una marca confiable en soluciones de energía y en constante evolución, siempre aplicando una mejora constante en nuestros procesos productivos, es por ello que en los últimos años hemos ingresado al mercado equipos de alta capacidad, incluimos dentro de nuestro catálogo de productos UPS Online de doble conversión de diferentes capacidades y voltajes de operación, cada uno de ellos dirigido a cubrir diferentes necesidades del canal.

Múltiples capacidades

Contamos con equipos monofásicos a 127 VCA, con una capacidad de 2 y 3 kVA, en formatos rack/torre, lo cual facilita la implementación del equipo para cualquier espacio. Están diseñados para respaldar servidores, equipo de telecomunicaciones, equipo médico y equipos de videovigilancia, entre muchos otros.

Para aplicaciones más robustas contamos con equipos monofásicos a 220 VCA, con una capacidad de 6 y 10 kVA, nuestros modelos 60019 OL 2P y 100019 OL 2P presentan un factor de potencia de 1; es decir, tenemos una capacidad disponible de 6 y 10 kW. Cuentan con monitoreo vía SNMP, bancos de baterías adicionales para brindar mayor

IP
tiempo de respaldo, función hot swap para realizar cambio de baterías sin afectar el funcionamiento del equipo. Estos modelos están en formato rack/torre y con voltaje de salida seleccionable a 127 o 220 VCA. Se recomienda el uso en aplicaciones de misión crítica, racks de comunicaciones para PyMEs, sistemas de videovigilancia, equipo industrial, controladores lógicos programables (PLC's), equipo de laboratorio, equipo médico, servidores, equipo de cómputo, impresión digital, sistemas de alarmas, audio y video.

Por último, incluimos en el catálogo de productos equipos trifásicos en capacidades desde 15 a 40 kVA, con un voltaje de operación de 127/220 VCA, son equipos escalables en baterías, cuentan con un factor de potencia de 0.9, con capacidad de paralelaje. Estos UPS's están diseñados para proteger y respaldar los mismos sistemas que nuestros UPS's monofásicos 127 y monofásicos 220, con la opción de centralizar toda la operación de la pequeña y mediana industria en un sólo equipo, generando así una protección integral para todas sus operaciones, además brinda la opción de contar con sistemas redundantes gracias a la capacidad de paralelaje.

Nuestros productos con voltaje de operación a 220 VCA, cuentan con terminales de conexión para los alimentadores, es decir, vienen para cableado en duro.

“En Koblenz estamos conscientes que la implementación y venta de estos equipos requieren conocimientos técnicos y un cierto grado de especialización en temas de energía, por lo tanto, hemos desarrollado capacitaciones técnicas vía webinar a través de nuestros mayoristas, en los que abordamos terminología del ramo eléctrico, criterios de selección de equipos y ejemplos prácticos para reforzar el conocimiento adquirido” : Isai Soto, ingeniero de UPS en Koblenz.

ÉXITO COMPROBADO

Es importante mencionar que el desarrollo de esta estrategia nos ha llevado a instalar nuestros UPS con clientes de diferentes ramos, como casos de éxito podemos mencionar a la Comisión Federal de Electricidad (CFE) Chihuahua y Sonora, P&G, IPN, ESCOM, Tecnológico de Monterrey, Carl's Jr, Poder Judicial del Estado de México, Telmex, ICA, Pemex, Centro Estatal de Laboratorios del Estado de Jalisco, entre otros.

Esta variedad de clientes permite visualizar el amplio campo de aplicación de nuestros equipos para diferentes industrias, buscamos brindar un servicio integral para satisfacer todos los requerimientos del mercado actual; no se trata de sólo vender, buscamos la confianza del usuario final y del canal, estamos seguros que juntos lograremos más.

“Invitamos al canal a acercarse a Koblenz, estamos implementando una nueva estrategia para brindarles una mejor utilidad; contamos con un staff de ingeniería que realiza sinergia con el cuerpo de ventas para asesorarlos y ofrecer toda la información técnica y comercial que se requiere para concretar una venta, este acompañamiento incluye desde la preventa, cuando se acercan con nosotros para poder conocer la necesidad y realizar el dimensionamiento correcto; posteriormente brindamos el asesoramiento técnico para cumplir con la normatividad eléctrica vigente para el arranque del equipo e incluimos el servicio de puesta en marcha sin costo adicional, finalizamos nuestra estrategia con una capacitación para el usuario final acerca de la operación del equipo” : Luis Antonio Niño, Ingeniero de Aplicaciones UPS en Koblenz.



LUIS NIÑO



ISAI SOTO





Vorago **Rodrigo Vargas, CEO.**

En octubre de 2007 nació la marca de hardware y accesorios, teniendo como principal objetivo llevar lo mejor de la tecnología a cada hogar, escuela y empresa de México. Fue incubada por un grupo de empresas de la industria TIC, cadena de suministro y distribución con más de 35 años de experiencia.

La empresa opera globalmente con línea de ensamble, centro de distribución y oficinas corporativas en Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco. “Somos la marca de tecnología con la más amplia oferta de productos innovadores y el buen servicio que siempre nos ha caracterizado”, dijo Vargas.

Actualmente en sus líneas de negocio figuran accesorios, audio, cómputo, energía, gadgets, e-movilidad y gaming, conformando un catálogo de más de 300 productos.

“A lo largo de estos 13 años nos hemos encontrado con muchos retos, cada año trae consigo nuevos desafíos así como nuevas formas de enfrentarlos, desde cambios políticos, nuevas regulaciones, la inestabilidad de los mercados y el tipo de cambio, o simplemente los desafíos provocados por la inercia del crecimiento acelerado, pero sin duda alguna, el mayor reto se nos ha presentado este 2020, ahora, no sólo hemos logrado mitigar el impacto de la pandemia, sino que también hemos encontrado nuevas rutas y formas de seguir creciendo. Hemos conseguido tomar este momento como una oportunidad de fortalecernos y consolidarnos como una marca mexicana de calidad”, detalló el directivo.

“Somos una empresa que desde hace 13 años hemos construido y fortalecido los lazos comerciales con nuestros distribuidores y mayoristas porque sabemos que la mejor manera de crecer es haciéndolo juntos”: concluyó.





Los emprendedores que deciden incursionar en la Industria TIC tienen, lamentablemente, grandes probabilidades de fallar, a causa de la competencia que existe, del reto que representa la liquidez, de un mercado dinámico y exigente, entre otras cosas. Por ello, los directivos consultados dieron a conocer algunos puntos clave para sobrevivir como empresas tecnológicas.

Armando Gallo explicó la importancia que tiene el crear estrategias a largo plazo para asegurar la permanencia en la industria, así como ser leal a los socios de negocio y a los clientes brindándoles siempre un buen servicio y productos de calidad.

En tanto, René Torres expuso la importancia que tiene en la actualidad conformar ecosistemas como una base vital para desarrollar y crecer. “El tratar de hacerlo todo tú solo puede ser mortal para las compañías de tecnología, en cambio, buscar alianzas es el camino que puede permitir fortalecerse mutuamente”, dijo.

El directivo de CONTPAQi agregó la necesidad de crear productos complementarios con los de las marcas ya establecidas para poder apalancarse con ellas y crecer juntos. “Salir y competir con productos similares no agrega valor, al contrario, te enfrentas a muchos retos y es probable que se fracase”.

Por su parte, Felipe Coronado reconoció que, al ser una marca mexicana, es posible enfocarse y entender de cerca las necesidades de los consumidores finales, con base en sus gustos, poder adquisitivo y diferencias regionales, “esos puntos son importantes al momento del diseño de los productos y no sólo en las especificaciones tecnológicas”.

SIN LUGAR A DUDAS, LAS MARCAS MEXICANAS PERTENECIENTES A LA INDUSTRIA TIC SON UN CLARO EJEMPLO DE LA PERSEVERANCIA, TALENTO, PASIÓN, ENTREGA Y GRAN CAPACIDAD QUE TIENEN LOS MEXICANOS PORQUE, A PESAR DE LAS INNUMERABLES Y DIVERSAS CRISIS QUE HA ENFRENTADO MÉXICO, HAN PERMANECIDO EN LA INDUSTRIA DURANTE VARIOS AÑOS Y PERMANECERÁN POR MUCHOS MÁS. CON SUS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS QUE OFRECEN AL MERCADO PONEN EN ALTO A NUESTRO PAÍS Y SON UN GRAN MOTIVO DE ORGULLO.

¡MUCHAS FELICIDADES!



mayorista mexicano con liderazgo, comprometido con el canal

IP

Como mayoristas de valor agregado con más de **39 años** de experiencia en el mercado, en TEAM (Tecnología Especializada Asociada de México) nos diferenciamos por la cercanía que tenemos con nuestro ecosistema de canales, así como nuestra **agilidad y flexibilidad** para atenderlos. Al ser una empresa 100% mexicana y tener presencia en **siete sucursales** en la región, podemos garantizar una respuesta más rápida para nuestros clientes, con ayuda de nuestro **equipo especialista** en nuestras soluciones que **dan** seguimiento a los proyectos del canal.

“Nuestro trato con el canal implica que los conozcamos bien y comprendamos sus negocios, las prioridades que tienen y a sus clientes, eso nos ayuda a que en conjunto creemos valor para el usuario final y podamos alinear prioridades estratégicas y hacer más negocios en conjunto”: Miguel Ruiz, Chief Executive Officer (CEO) para TEAM.

Portafolio robusto

En TEAM a través de nuestros servicios **Stratosphere**, impulsamos la tecnología con **Cloud y Edge Computing** en territorio nacional con un 99.99% de disponibilidad, una solución adaptada para las exigencias de continuidad de negocio y de As a Service; además, al tratarse de una nube propia con la tecnología más reciente a nivel mundial, podemos brindar un performance de alto nivel y rendimiento a los canales.

Otras líneas de negocio que tenemos son Mobility & Workplace, Cybersecurity, con crecimiento de doble dígito; Hybrid Data Center, Analytics y Data Management, con 50% de crecimiento, así como Digital Management y Design and Printing.

Apuesta en nuevos modelos de negocio

Desde hace años comenzamos a innovar nuestros modelos de negocio, con el esquema “As a Service”, con el que llevamos de la mano al canal para que conozca las soluciones y pueda integrarse con nosotros en los proyectos. Este esquema se ha visto acelerado en el último año a causa de la pandemia. (PCaaS, WaaS, DMAaaS) Además, mantenemos los modelos de negocio de Core, que es el mayoreo tradicional y Value que es la integración de soluciones.

Beneficios para el canal

En TEAM nuestros canales son relevantes, por ello, procuramos siempre el crecimiento de diferentes formas, comenzando con las capacitaciones y certificaciones que brindamos a fin de que se vuelvan especialistas.

Nuestro soporte al canal implica generar y cerrar oportunidades de negocio, apoyándolos desde el proceso de preventa con acompañamiento y asesoría con los clientes y en los proyectos.

También realizamos constantes campañas de generación de demanda con marketing digital, y con sus clientes.



¡Gana un BMW!
con Servicios team

Sé el socio con más facturación de

 STRATOSPHERE y As a Service

[Consultar más](#)

Contamos con nuestro Marketplace Enlace team para que resulte más sencillo y autónomo para el canal realizar compras en línea; los acercamos con los fabricantes, los reconocemos y llevamos a cabo eventos, enfocados a las diferentes industrias y especialidades, como el Virtual Experience team, donde invitamos a nuestros principales canales para darles a conocer las acciones estratégicas del próximo año, en conjunto con las marcas para contribuir al impulso del sector, aumentando las posibilidades para la mejora continua y generar más en conjunto.

TEAM sigue creciendo

A pesar de los retos que hemos tenido en los últimos meses, en especial a causa de la pandemia por COVID-19, en TEAM seguimos creciendo.

Hemos salido adelante en esta situación ajustando nuestra propuesta y priorizando las nuevas necesidades que generó la pandemia, tenemos buenos sistemas de gestión y herramientas para trabajar colaborativamente de forma remota. Siempre alineados trabajando en equipo.

“Los invitamos a acercarse a TEAM, aprovechen las capacidades que hemos creado, somos orgullosamente mexicanos y estamos para apoyar a los canales”: Miguel Ruiz.

#AsOneTeam

**Conoce más en: www.teamnet.com.mx,
www.enlaceteam.com, www.Stratosphere.com.mx o en
nuestras redes sociales: @Conexiónteam y Tecnología
Especializada Asociada de México**

digitalteam@teamnetmkt.com.mx



MIGUEL RUIZ



**COMPUTADORAS Y
TECNOLOGIA**

28 AÑOS DE ESTAR CONTIGO®

IP

En una pequeña casa habitación que hacía las veces de oficina en el noroeste de México, en Hermosillo, surgió, hace 28 años, uno de los mayoristas que se convertiría en uno de los referentes más importantes de la industria de Tecnologías de la Información en México, CT Internacional.

“Cuando iniciamos sólo éramos mi esposa, un colaborador muy versátil que hacía labores de venta, almacén, servicio, cobro y un servidor. Ahora puedo decir que han sido 28 años de un gran aprendizaje, de muchos retos, momentos difíciles, pero también de muchas satisfacciones. Tenemos 28 años trabajando duro, haciendo nuestra parte para ayudar a llevar la tecnología a todas las personas y organizaciones de México”: Saúl Rojo, Director General de CT Internacional.

Aprendizaje constante

Durante este tiempo la compañía ha visto como cada vez la tecnología tiene mayor penetración en nuestro país y saberse parte de ello, es gran orgullo. “También hemos visto a muchas empresas desaparecer porque no supieron entender la necesidad de transformarse, de adaptarse para darle a los distribuidores e integradores y, a través de ellos, a los clientes finales, respuesta a sus necesidades de tecnología”, afirmó el director. Dijo sentir orgullo y satisfacción saber que CT ha salido adelante, superando al menos tres crisis. “Estamos aquí, más fuertes que nunca y siempre, siempre de lado de nuestros socios de negocio, porque hemos sabido no solo satisfacer, sino superar sus expectativas”.



SAÚL ROJO

Evolución

“Al inicio, teníamos solamente una idea y esa idea era dar respuesta a los distribuidores de la región noroeste que en su mayoría eran malatendidos por mayoristas del centro del país. Además, ofrecíamos productos de vanguardia, disponibilidad inmediata, asesoría y garantías. Como yo nací en esta región y conocía a los distribuidores, me fue fácil ayudarles, dar facilidades de crédito y eso nos colocó en la preferencia del canal de distribución”, afirmó Saúl Rojo, quien agregó que ha pasado mucho desde eso y hoy, con orgullo, afirma que son el mayorista de TI con mayor presencia a nivel nacional, con 52 sucursales y tres grandes centros de distribución, con las mejores alianzas estratégicas con los fabricantes más reconocidos; el equipo de colaboradores más profesional y la más numerosa y capacitada comunidad de distribuidores e integradores de tecnología.

“Tengo que destacar que nada de esto hubiera sido posible sin el apoyo de mi familia, sin mi esposa. Contar con una familia que te respalde es factor determinante para lograr el éxito. Por eso siempre digo que yo soy un hombre sumamente afortunado. Puedes tener la visión, el compromiso, las ganas de trabajar, pero si no cuentas con el apoyo familiar, si tu pareja no comparte tus objetivos, probablemente no lo vas a lograr. El apoyo que yo tuve y tengo de mi esposa, Rosalina, es fundamental”: Saúl Rojo.

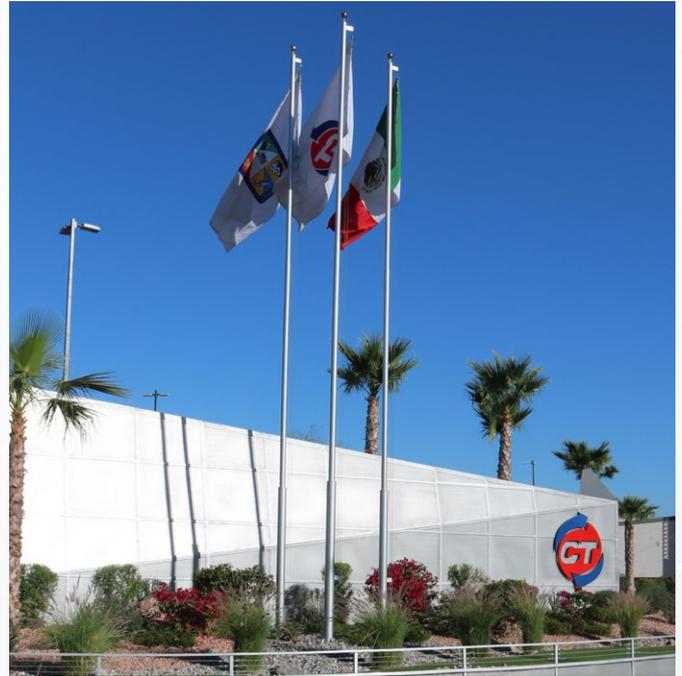
Haber sobrevivido a devaluaciones que les hicieron perder mucho dinero; generar relaciones sólidas con clientes y socios estratégicos y estar de lado del canal, le ha valido a CT Internacional ganar prestigio en el mercado.

Potencial para el canal

Saúl Rojo dijo sentirse orgulloso de ser el mayorista preferido por los distribuidores e integradores de tecnologías de información de México.

Explicó que actualmente cuentan con más de mil colaboradores, 52 sucursales, tres grandes centros de distribución, más de 33 mil clientes frecuentes, 15 líneas de negocio, más de 15,500 skus en su Portafolio de Productos, Soluciones y Servicios, así como más de 200 marcas. “Tenemos y ofrecemos las mejores herramientas de Comercio Electrónico con el portal CT Online, que recibe más de un millón de visitas cada mes y está a su disposición las 24 horas del día, los 7 días de la semana”, expresó.

En el portal, los distribuidores pueden acceder en tiempo real al portafolio de más de 15,500 SKUs, realizar pedidos en línea, acceder a promociones especiales y revisar fichas técnicas enriquecidas; además, al momento de realizar el checkout pueden elegir entre recoger su pedido en sucursal, recibirlo en su negocio, incluso, enviarlo a la dirección del cliente final en un paquete sin logotipos de CT.



Como parte de sus soluciones de comercio electrónico, también disponen del servicio de descargas de software vía digital o ESD, por sus siglas en inglés, Electronic Software Delivery.

Todas estas operaciones pueden ser realizadas tanto de su sitio tradicional, como a través de CT App, la aplicación móvil que básicamente representa todo el poder de CT Online en la palma de tu mano, para que los distribuidores e integradores de tecnología, atiendan a sus clientes desde cualquier lugar.

También, ponen a disposición del canal varias soluciones como Partner CT, CT Connect y CT Integra.

- **Partner CT.** Herramienta creada especialmente para los distribuidores e integradores de tecnología que aún no cuentan con una tienda en línea. Con esta, los llevan paso a paso hasta poner a funcionar su sitio de comercio electrónico, sin invertir un solo peso en desarrollo de software. Las tiendas se conectan de forma instantánea al catálogo del mayorista para que decidan qué líneas de productos quieren vender, decidan los márgenes de ganancia y envíen directamente a sus clientes. Cuentan con un diseño responsivo, panel de control personalizado, disponibilidad de aceptar diferentes formas de pago, chat en línea, seguridad SSL y le dan al distribuidor la posibilidad de realizar cotizaciones, aplicar cupones de promociones, revisar historiales de compra y analíticos. Además, están diseñadas con especificaciones SEO para que sean detectadas fácilmente por los motores de búsqueda en Internet y ofrecen una gran experiencia de usuario. A diferencia de tiendas en línea creadas en otras herramientas, las creadas en Partner CT garantizan conexión total a todo el catálogo, soporte técnico en español, envíos a cliente final y 0% de comisión por venta. ¡Las ganancias son tuyas!

- **CT Connect.** Herramienta que permite conectar el inventario de CT a su tienda para que ofrezca más de 15,500 productos como si los tuvieran en su almacén y los envíen directamente a los clientes.

- **CT Integra.** API creada para conectar su tienda en línea a los principales Marketplace como Mercado Libre, Linio, Walmart, Amazon y más, lo que les permite llegar a más clientes con todo el inventario de CT a su disposición.

Más productos y servicios

El mayorista ha fortalecido su Portafolio de Productos, Soluciones y Servicios y cada día impulsan y capacitan más a su canal de distribución para que ofrezca e impulse los Servicios de Arrendamiento y los servicios de Crédito Extendido; es decir, Servicios Financieros en general. “En tiempos como los que hoy vive México, de dificultades económicas, la adopción de la tecnología tiene que ser más fácil, tiene que ser más asequible. Para lograrlo, para impulsar y fortalecer la adopción de esa tecnología, hemos fortalecido en nuestro portafolio las soluciones de Cloud y los Servicios Administrados”, aseguró Saúl Rojo.

En materia de Cloud, integraron un portafolio muy robusto de Software como Servicio, Infraestructura como Servicio y Plataforma como Servicio.

“En los Servicios Administrados, somos líderes en el impulso de los servicios de pago por página impresa, MPS, Servicios Administrados de Impresión”.

“En síntesis, estamos llevando, estamos asociándonos con nuestros partners para juntos poder salir adelante en épocas, reitero, en las que el entorno en general, pinta realmente difícil”: Saúl Rojo.

Novedades

- **Seguridad Electrónica** Uno de los mantras de la compañía es perfeccionar lo que hacen bien, al mismo tiempo que desarrolla nuevas oportunidades de negocio para sus socios a través de la innovación. La línea de Seguridad Electrónica responde a ese mantra. “Nos dimos cuenta de que era un segmento de negocio que estaba recibiendo mucha atención, pero además, que va a tener crecimiento en los próximos años y nos estamos adelantando para que nuestros partners empiecen a capacitarse y a vender para dar respuesta a la demanda”, explicó.

- **Salud** “Estamos muy orgullosos de nuestra línea de Salud. Nos aliamos con los mejores proveedores para ofrecer a nuestros partners equipo de protección que incluye, entre otras cosas: cubrebocas, termómetros, caretas, oxímetros, sanitizantes, tapetes y otros equipos de protección de la salud”, agregó que han tenido una gran respuesta de parte de sus distribuidores y les da gusto darse cuenta de que hicieron lo correcto al desarrollar esta línea de negocio, en respuesta a la contingencia generada por el COVID-19.



SAÚL ROJO

Tres anécdotas de Saúl Rojo

CFE

En la historia de CT Internacional se han vivido muchas anécdotas, al respecto, Saúl Rojo relató algunas muy significativas: “Recuerdo especialmente una por la importancia económica que tuvo, porque fue cuando estábamos empezando y porque me dejó un gran aprendizaje. En una ocasión, un distribuidor que hacía negocios con nosotros nos solicitó el apoyo para cotizar un proyecto muy grande para la CFE, para equipamiento tecnológico de uno de los sistemas importantes de esa paraestatal.

El distribuidor realizó la cotización, con la fortuna de que resultó el ganador, en alianza con nosotros. CFE nos hizo un pedido de un importe realmente grande y nosotros, con algo de ingenuidad, estoy hablando de 1994, íbamos empezando, aceptamos ese pedido que era, insisto, de un valor muy significativo, nos comprometimos a un plazo y de inmediato nos dimos cuenta de que no iba a ser fácil obtener todos los productos y CFE es una empresa que, cuando no se cumplen los plazos, empieza a sancionar en el pago.

El distribuidor y nosotros teníamos un pedido, una orden de surtido de mercancía que requería una inversión muy fuerte. Desafortunadamente ni el distribuidor ni nosotros teníamos los recursos financieros para realizar esa inversión. En ese momento nos dimos cuenta de que, en ocasiones, lo difícil no es vender, sino conseguir los recursos financieros, el capital de trabajo o el crédito para abastecer los productos que estas vendiendo

Pero gracias a la reputación que ya estábamos generando y a la confianza de uno de nuestros proveedores logramos hacerle frente al compromiso. Eso es algo que se me quedó grabado. La importancia de tener una reputación de cumplir con los compromisos pactados es fundamental, especialmente los compromisos financieros”.



Chihuahua

“Recuerdo otra ocasión, cuando abrimos la sucursal en Chihuahua hicimos un pequeño brindis de apertura y esa plaza se había caracterizado porque los mayoristas no duraban. Llegaban, estaban tres meses, seis meses, un año y se iban. Entonces un distribuidor nos dijo ‘Pues a ver qué tanto duran, porque todos se van’. Y yo, de forma muy humilde le contesté que nosotros tenemos un compromiso con el canal de distribución y, a donde llegamos, nos quedamos, porque nuestra propuesta de valor es escuchar a nuestros distribuidores y adaptarnos, pero además, contratamos gente local que conoce la región. Hoy digo con mucho orgullo que somos el único distribuidor que ha permanecido en Chihuahua por más de 20 años. Y eso es en todo el país. Si llegamos, permanecemos”.

Liderar con ejemplo

“Hace ya bastantes años, en la que un colaborador me dijo unas palabras que se me quedaron grabadas. En ese tiempo teníamos pocos proveedores en el país, así que teníamos que desplazarnos todos los días a la frontera para comprar el producto allá y traerlo a nuestra sucursal. En esta ocasión, le tocó a un colaborador llamado Ubaldo, acompañado de otro llamado Alonso, viajar por un lote muy grande de tarjetas madre. Para lograrlo, Ubaldo y Alonso tenían que salir de madrugada de Hermosillo en un vehículo de carga tipo Torton, cruzar la frontera, ir a nuestra bodega en USA y luego pasar todo el día revisando serie por serie para pasarle los datos al agente aduanal y poder cruzar el producto. Estoy hablando que terminaban alrededor de las 6:00 de la tarde, aproximadamente, cruzaban la frontera de regreso, si les tocaba revisión pasaban una hora más y después de regreso a Hermosillo, otras tres horas de viaje.

Esto ocurrió en diciembre, con mucho frío, Ubaldo y Alonso llegaron ya muy tarde, poco después de las 12:00 de la noche. Yo los recibí en la llegada y fui a abrirles el almacén, sabía que ellos estaban cansados y yo quería que se fueran a descansar, pero no podíamos dejar las cajas sin guardar, así que tomé las pinzas, quité el candado fiscal y me subí a la caja del camión de carga para empezar a pasarles las cajas para que las metieran a la bodega, tratando de agilizar el proceso.

Recuerdo que cada caja traía muchas tarjetas madre, estamos hablando de cajas de aproximadamente 14 kilos. Entonces, en lo que yo les pasaba cajas, íbamos a la mitad, posiblemente, cuando Ubaldo se detiene, me mira y dice: “Está canijo, no cabe duda de que está canijo”. En realidad, dijo otra palabra que también empieza con “ca”, pero vamos a dejarla en canijo. Yo me detuve y le pregunté a Ubaldo a qué se refería con eso y él me contestó: ‘Está canijo, muy canijo. Usted podría darnos la orden de bajar los productos, pero aquí está haciéndolo con nosotros, a esta hora, con el frío. No cabe duda de que las palabras convencen, pero el ejemplo arrastra. Cómo le vamos a decir que no, si usted vino, abrió, cortó el candado, subió de un brinco y nos pasa las cajas. Eso hace que nos sintamos más comprometidos con la empresa. En ese momento yo entendí que un buen líder debe guiar con el ejemplo, no solo con palabras y nunca se me ha olvidado y siempre he inculcado a los líderes en CT que sean personas que enseñen con el ejemplo, que tengan valores”.

Confianza

El director de CT resaltó: “Siempre que tengo la oportunidad de ver a alguno de nuestros socios de negocio, ya sea en persona o de forma virtual, le doy las gracias por su confianza, por su lealtad, por ser parte del éxito de CT Internacional. Quiero reiterarles que estamos comprometidos con la industria, con los fabricantes y con nuestros socios para que a través de nuestras 52 sucursales y nuestros tres grandes centros de distribución y haciendo uso de nuestro brazo logístico, podamos seguir llevando las mejores soluciones y servicios de TI a todo México. Tenemos los mejores programas de entrenamiento y certificación a través de la Ruta CT y de la Expo CT. Ofrecemos los mejores servicios de nube, los mejores servicios administrados, las más poderosas y vanguardistas herramientas de e-commerce y hemos hecho alianzas con más de 200 fabricantes líderes en la industria y hemos integrado el mejor portafolio de productos y servicios. Adicionalmente, tenemos las mejores opciones de arrendamiento y de financiamiento.

“A cada uno de nuestros socios les digo y les reitero, CT Internacional siempre ha estado contigo, está contigo y estará contigo”: Saúl Rojo.



<https://www.facebook.com/CTInternacional/>



<https://www.linkedin.com/company/ctinternacional>



<https://twitter.com/CTInternacional>



Compucenter
de México

y

FUJITSU

Punta de lanza en la nueva normalidad

IP

- **UNA MANGUERNA QUE IMPULSA A SUS CANALES**
- **EL SCANNER FI-800R LA SOLUCIÓN QUE DESARROLLA LOS NEGOCIOS EN PERIODO POSTPANDÉMICO**

El fabricante y mayorista, en un esfuerzo conjunto acercan nuevas opciones rentables para que los canales amplíen su portafolio y ofrezcan soluciones con productos que dan repuesta a las necesidades de continuidad de los negocios durante la pandemia, por lo que potencian su capacidad de comercializar e impulsar su estatus a canales de valor, con productos como el scanner fi-800R de Fujitsu. Compucenter cuenta con más 25 años de experiencia en el sector de gestión documental, tiene una relación de más de 20 años con Fujitsu en los que han desarrollado diversos negocios en pro del canal de distribución.

fi-800R un producto disruptor

El fabricante lanzó al mercado el scanner fi-800R, el cual cuenta con una infinidad de características que le convierten en un aliado, sobre todo en los tiempos de confinamiento y teletrabajo que viven en la actualidad las organizaciones. Ofrece escanear documentos de tamaño A4, así como identificaciones rígidas, así lo explicó Reyna Martínez, Subdirectora Comercial en Compucenter de México: "Engloba varios beneficios para los usuarios y operadores, al contar con un mecanismo y una alta tecnología que le permite digitalizar tanto documentos (tamaño A4), como identificaciones rígidas como el INE y pasaportes, todo ello en un mismo equipo, sin tener que utilizar accesorios adicionales o alguna cama plana". Cabe mencionar que los canales pueden comercializar el scanner fi-800R y otros productos relacionados con la gestión documental a través de Compucenter, quien les proporciona ventajas superiores a las del mercado.



⚡ A pesar de ser un equipo muy compacto, la tecnología embebida le permite una velocidad conveniente de 40 páginas por minuto y 80 imágenes por minuto; es un equipo dúplex que cuenta con un alimentador automático con una capacidad de 20 hojas, al mismo tiempo tiene una doble función o mecanismo de doble ruta en la alimentación, el cual permite escaneos en “U” para documentos, todo ello lo realiza de forma vertical, lo que permite reducir el espacio, al evitar conectar charolas o algún otro accesorio, ya sea de entrada o salida”: Reyna Martínez.



REYNA MARTINEZ

Otros detalles por los que scanner fi-800R se está convirtiendo en un elemento indispensable en cualquier empresa, es por su capacidad de corregir la inclinación de los documentos, con lo que ayuda a las compañías a evitar una doble proceso y permitir que el personal se enfoque en las tareas de atención a clientes, realmente necesarias; asimismo, la velocidad utilizada es superior, en comparación con cualquier equipo similar, y prueba de ello son sus 200 a 300 dpi, sin reducir su capacidad de 40 páginas por minuto.

“El equipo es fácilmente integrable gracias a las herramientas de software incluidas y al acceso que proveemos de desarrollo de software, además de apoyarnos en Compucenter y de hacer un trabajo en conjunto para mostrar esta tecnología y capacitar a los canales. Somos la punta de lanza para hacer realidad un mundo digital”: Omar Sánchez, Country Account Manager de Fujitsu para México.

Características ideales del fi-800R para la nueva normalidad en las organizaciones:

- **Doble ruta:** El mecanismo de doble ruta permite al personal completar todas las tareas desde un único lugar. Digitaliza documentos gruesos, como los de identidad, pasaportes y documentos A4, todo ello en la misma máquina. Además, los documentos siempre están a la vista del cliente, lo que ayuda a aumentar la tranquilidad y cumplir con el RGPD (Reglamento General de Protección de Datos).
- **Ahorro de espacio:** El fi-800R ocupa la mitad de espacio que otras alternativas, por lo que es perfecto para una recepción o cualquier otro lugar en el que el espacio sea limitado. El innovador mecanismo de ruta en U incluye tecnología de apilamiento automático para expulsar el papel hacia la misma bandeja de entrada, eliminando la necesidad de una bandeja de salida. El fi-800R puede utilizarse en espacios que ocupen la mitad de una hoja A4.
- **Digitalización de pasaportes y documentos de identidad:** Práctica funcionalidad de devolución de documentos por la apertura frontal del fi-800R, que permite introducir y expulsar documentos de identidad de hasta 5 mm de grosor y pasaportes por la parte delantera de la máquina, sin necesidad de hojas de guía protectoras.
- **Corrección de inclinación automática:** Endereza cada documento antes de la digitalización para evitar atascos de papel o imágenes con bordes cortados. Además, la novedosa tecnología de separación activa ofrece una separación de papel más precisa mediante el ajuste de la presión aplicada a cada hoja dependiendo de su grosor.
- **Velocidad:** Digitaliza 40 páginas/80 imágenes por minuto. El alimentador automático de documentos de 20 hojas también elimina la necesidad de introducir de forma manual una página tras otra, lo que mejora aún más la productividad del personal.
- **PaperStream Capture:** Capaz de reconocer los diferentes tipos de documentos y aplicar el perfil de digitalización adecuado, incluso cuando se digitalizan varios formatos en un solo lote.

Nichos de negocio y apoyos para el canal

Debido a su versatilidad, el fi-800R ha tenido cabida y excelente recibimiento en diversos sectores e industrias, principalmente para aquellos clientes corporativos que atienden usuarios finales o público de manera directa, esto también es consecuencia de su fácil e intuitivo funcionamiento. Omar Sánchez aseguró: “Es un equipo muy intuitivo orientado para entidades financieras, turismo, entidades de salud, hoteles, dependencias de gobierno, para procesos de gestión directa de clientes y está adecuado para esta época, ya que personas que no tengan conocimiento sobre el uso de esta tecnología pueden usarlo y digitalizar sus documentos”.

“El hecho de que cualquiera pueda utilizar el scanner fi-800R, nos está permitiendo posicionarlo en un momento en que el distanciamiento social tiene muchísima relevancia, por lo que el usuario final puede insertar sus documentos y escanearlos, sin que intervenga alguien más, ya que no cuenta con algún botón; simplemente basta con colocar el documento en el alimentador para que lo reconozca y digitalice”: Omar Sánchez.

OMAR SÁNCHEZ

Así bien, uno de los apoyos que Compucenter ofrece a sus canales está vinculado a impulsar la labor de preventa con eventos, webinars para presentar los nuevos productos, showroom y demostraciones virtuales, donde están presentes el usuario final, mayorista y fabricante. También es posible el préstamo de equipo físico para que el canal lo muestre al cliente, así lo refirió la Subdirectora

Comercial en Compucenter de México: “Tenemos entrenamientos constantemente, es posible solicitar líneas de crédito con Compucenter. En el caso de equipos de reciente lanzamiento, para nosotros es muy importante honrar la labor de preventa que nuestros canales hacen, en ese sentido, contamos con el registro de proyectos, con el cual se reitera la confianza de que el fabricante está enterado de qué oportunidades se están abordando y sobre la marcha, el avance que se tiene que cada una de ellas, para que sean respetadas”.

“Contamos con equipo demo (scanner fi-800R) a precio especial para que los canales puedan hacer la promoción y demostración con sus diferentes usuarios. Si bien es cierto que podemos apoyar al canal con el préstamo de estos equipos, también pueden invertir en el scanner para estas soluciones a un precio especial, para apoyarlos con la labor de preventa. El modelo ya está disponible para su venta en México: Reyna Martínez.

Finalmente, Ambos directivos invitaron a los canales a realizar equipo y trabajar en favor de un mundo más sostenible, ya que la digitalización permite tener un impacto importante, en términos de beneficios con el medio ambiente, aumentar la eficiencia, reducción de costos para las empresas y aprovechar el teletrabajo, ya que la actual situación vuelve imperante tener la información digitalizada, por lo que la oportunidad para los canales se amplía con este tipo de soluciones.

Omar Sánchez Bernal
Omar.bernal@fujitsu.com

Reyna Martínez
rmartinez@compucenter.com.mx

 Fujitsu Mexico

 www.fujitsu.com/mx

 Compucenter de México

 compucenter.com.mx

 Fujitsu México

 [Fujitsu.Mexico](https://www.facebook.com/Fujitsu.Mexico)

 Compucenter De México

 [Compucenter de México](https://www.facebook.com/Compucenter.de.Mexico)

GHIA

12 AÑOS CRECIENDO SU PORTAFOLIO Y CONFIANZA CON EL CANAL

Texto: Anahi Nieto

GHIA, UNA MARCA DE GRUPO CVA, CUMPLIÓ 12 AÑOS EN EL MERCADO MEXICANO; ARMANDO GALLO, DIRECTOR COMERCIAL DE LA UNIDAD DE MARCAS PROPIAS DEL GRUPO, DIJO QUE DURANTE ESE TIEMPO, LA MARCA HA VENDIDO MÁS DE SIETE MILLONES DE PRODUCTOS.

El directivo comentó a **eSemanal** que desde el inicio, la marca se ideó como un proyecto de largo plazo en el que durante los primeros años el objetivo no fue ganar dinero, sino invertirlo en promover la marca, dar a conocer los productos y cuidar siempre la calidad de los mismos.

Parte de la clave para mantenerse en el mercado durante este tiempo y crecer cada vez más consiste, de acuerdo con el directivo, en brindar a los clientes y usuarios finales productos con calidad, flexibles en su configuración, con un precio más accesible, una garantía más rápida y un mejor tiempo de respuesta para los socios con sus centros de servicio.

Además, el directivo expuso que la marca es conformada por un equipo de trabajo profesional, que cada día demuestra su esfuerzo y entrega, con la camiseta de la firma puesta y siempre velando por la compañía y por sus clientes.



ARMANDO GALLO

De acuerdo con Gallo, en la actualidad, GHIA es una marca reconocida por los consumidores, en parte por la calidad que presentan en los productos y en su proceso de fabricación, por la atención que ofrecen y por las líneas de negocio que tienen: desde computadoras de escritorio, televisiones, teléfonos, puntos de venta, accesorios, reguladores de energía, no-breaks, adaptadores y convertidores, así como productos de limpieza, entre otros.

GHIA cuenta con 27 categorías de productos y en su portafolio figura una variedad de más de 500.

No obstante, el fabricante mencionó su interés por continuar extendiendo su catálogo de productos. Debido al contexto, la marca ha tenido una atención especial en el Back to School, puesto que las clases a distancia se logran a través de herramientas digitales, donde GHIA cuenta con equipos dos en uno, tabletas, computadoras de escritorio, televisores y convertidores de señal analógica para tabletas o teléfonos Android.

Esquema comercial

El vocero detalló que los productos tradicionalmente se comercializaban sólo a través del canal de distribución, posteriormente decidieron abrir la distribución también en retail regional y luego a nivel nacional, aunque siempre manteniendo una estructura de precios enfocada en que el distribuidor genere utilidades.

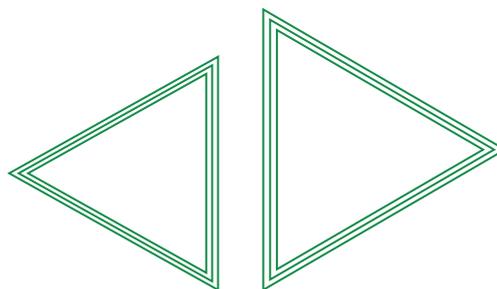
La relación del fabricante con el canal siempre ha sido cordial y cercana, donde existe confianza mutua, es por ello que en el presente alrededor de 14 mil canales distribuyen la marca en el país.

Mayoristas

- Grupo CVA
- Ingram Micro

Este 2020, es el primer aniversario de la tienda en línea del fabricante y para celebrar, tendrán promociones atractivas para el Back to School y nuevos lanzamientos.

“Es un momento emotivo para nosotros y queremos agradecerle a los canales que nos han acompañado a lo largo de este recorrido, en esta aventura de 12 años con GHIA, una marca consolidada y reconocida en el mercado. A la distancia, pero seguimos activos con toda la actitud y ganas de trabajar con el canal”, concluyó el directivo.





WD: EL GAMING Y EL D10, UN MERCADO QUE SE VIVE

Autor: Raúl Ortega

- WESTERN DIGITAL PRESENTÓ EN MÉXICO SU DISPOSITIVO DE LA FAMILIA WD_BLACK PARA VIDEOJUEGOS DE PC Y CONSOLAS
- D10, UNA MIRADA AL MAÑANA DE LOS VIDEOJUEGOS

N

Los videojuegos ha ganado terreno de manera trascendente a lo largo del tiempo, pero quizás, nunca como en la actualidad, ya que en los tiempos que corren, se ve como la cantidad de opciones, en todas sus vertientes continua diversificando con mayor cantidad de productos y de calidad superior, en comparación, incluso con los del año anterior; Western Digital ha entendido la dinámica de este mercado y sus usuarios, en razón de ello, embebió su conocimiento en almacenamiento en desarrollos que son dignos de estar en la palestra y el lenguaje del gamers, prueba de ello es D10, su última gran proeza.

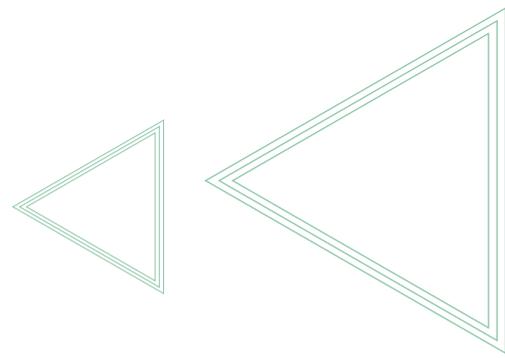
Los nuevos productos de la familia WD_Black están orientados hacia las necesidades y exigencias que los jugadores enfrentan al tener que decantarse entre cuál de sus videojuegos guardarán y cuál eliminarán para almacenar otro, todo ello cuando la estación de videojuegos, sea consola o PC, llegó al límite de su capacidad de almacenamiento, es aquí donde equipos como el D10, SN750 y P10 tienen lugar como una opción de almacenamiento externo y listo para ser transportado.

Western Digital dio a conocer su más reciente portafolio de soluciones de almacenamiento externo enfocado a los jugadores, donde la unidad principal fue WD_Black D10 en su versión de 8T y un modelo especializado para Xbox One de 12T, con el fin de ser una respuesta al actual mercado que utiliza tecnología de gráficos para aprovechar ambientes inmersivos como la realidad aumentada y virtual. Estas modernas aplicaciones requieren un rendimiento más alto y tamaños de archivos más grandes, ya que algunos videojuegos se acercan o rebasan los 100 GB. Esto representa un problema para los jugadores que no desean sacrificar sus videojuegos favoritos, en la media en que, prueban los nuevos del mercado.



SUSAN PARK

“ESCUCHAMOS CONSTANTEMENTE A LOS JUGADORES COMENTAR CÓMO LAS LIMITACIONES DE RENDIMIENTO Y CAPACIDAD DE SUS SISTEMAS ACTUALES AFECTAN LA CALIDAD DE SUS EXPERIENCIAS DE JUEGO, POR LO QUE ESTAMOS AYUDANDO A CREAR MÁS ESPACIO PARA LOS ÚLTIMOS LANZAMIENTOS, YA SEA QUE EL JUGADOR LLEVE AÑOS JUGANDO O APENAS ESTÉ EMPEZANDO Y BUSQUE UNA SOLUCIÓN DE ALTO RENDIMIENTO. CON LAS NUEVAS INCORPORACIONES A NUESTRO PORTAFOLIO WD_BLACK, LOS JUGADORES TANTO OCASIONALES COMO EXPERTOS AHORA PUEDEN ACCEDER A UNA VARIEDAD DE VIDEOJUEGOS EN UN SOLO LUGAR”: SUSAN PARK, VICEPRESIDENTA DE GESTIÓN DE PRODUCTOS Y SOLUCIONES DE CONTENIDO EN WESTERN DIGITAL.



Cabe resaltar que, gracias a la colaboración con Microsoft, algunas de las nuevas soluciones ofrecen hasta tres meses de suscripción a Xbox Game Pass Ultimate para brindar a los jugadores acceso a una selecta biblioteca de más de 100 juegos extraordinarios de consola y PC, así como a todos los beneficios de Xbox Live Gold.

PORTAFOLIO RECIENTE DE WESTERN DIGITAL PARA GAMING:

- **Unidad para videojuegos WD_Black P10:** HDD con hasta 5 TB 2 – admite hasta 125 videojuegos, factor de forma portátil con un puerto USB 3.2 Gen 1, alto rendimiento para optimizar la experiencia de juego en consola o PC y tres años de garantía limitada.
- **Unidad para videojuegos WD_Black D10:** HDD de hasta 8 TB 2 de capacidad – admite hasta 200 videojuegos, velocidades de hasta 250 MB/s y clasificación de 7200 RPM con tecnología de enfriamiento activo. Tres años de garantía limitada.
- **Unidad de videojuegos WD_Black D10 para Xbox One:** HDD de hasta 12 TB para guardar y ampliar la colección de videojuegos Xbox One – admite hasta 300 videojuegos. Incluye tres meses de suscripción gratuita a Xbox Game Pass Ultimate. Velocidades de hasta 250 MB/s, clasificación de 7200 RPM con tecnología de enfriamiento activo y tres años de garantía limitada.
- **Unidad de videojuegos WD_Black P10 para Xbox One:** HDD de hasta 5 TB 2 – admite hasta 125 videojuegos, incluye dos meses de suscripción a Xbox Game Pass Ultimate, que brinda acceso a más de 100 videojuegos para Xbox One y PC, así como a Xbox Gold Live. Alto rendimiento para optimizar la experiencia de juego en Xbox One y tres años de garantía limitada.

El gaming es un mercado en auge y con demasiado futuro por delante, por lo que, los canales deben tomarlo en consideración como una posible pauta para ingresar en este mercado y hacer negocios, los cuales son muy rentables, ya que la cantidad de productos siguen sumándose a un portafolio que avanza en la medida que existen nuevos requerimientos operativos por parte de los videojuegos, lo que le convierte en un mercado casi inagotable.

CYBERPOWER

APUNTALA AL CANAL CON CERTIFICACIONES COMERCIALES Y TÉCNICAS

Texto: Raúl Ortega

• EN EL MARCO DEL EVENTO “POTENCIANDO LOS NEGOCIOS CON CYBERPOWER”, LA EMPRESA REVELÓ QUE PLANEA CERTIFICAR ENTRE 80 Y 100 CANALES.

El fabricante de soluciones de energía y un referente en ese nicho de mercado, realizó su evento virtual “Potenciando los negocios con CyberPower”, donde además de anunciar las certificaciones en ventas para los canales, también informó que estarán disponibles para todo tipo de canales, por lo que el conocimiento previo no será indispensable.

De esta manera, la marca nuevamente apuesta por los canales y ahora lo realiza con certificaciones que le abrirán un sinfín de oportunidades, y es que si bien las certificaciones son indispensables para cualquier vertical de negocio, en el caso particular del respaldo energético se convierten en la diferencia para lograr cierres de ventas con índices de utilidad atractivos y de largo plazo. Alejandro Sánchez, Director General de la compañía en México, así lo detalló: “El objetivo de este programa es profesionalizar al canal, llevándolo a un mayor nivel de conocimiento, con el fin de diseñar planes integrales de protección de energía, además de obtener una acreditación como canal certificado, lo cual generará confianza y relaciones comerciales de largo plazo”.

Un acierto más por parte de la empresa, es la disposición de ayudar y proyectar a aquellos canales que no cuenten con un conocimiento previo relacionado con los temas de energía, por lo que las certificaciones técnicas iniciarían en el IQ del 2021, debido a que requiere que sean presenciales.



ALEJANDRO SÁNCHEZ

“Se abordarán desde aspectos básicos, hasta complejos diseños de arquitectura para soluciones de alta disponibilidad energética. Cabe mencionar que inició en el mes de septiembre y los canales recibirán una invitación directa de CyberPower para participar en el programa, el cual tendrá una duración de 12 horas, divididas en seis bloques de dos horas cada uno”: Alejandro Sánchez.

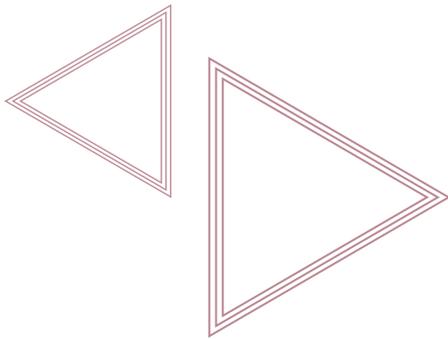
Por otra parte, es importante mencionar que este programa forma parte de las acciones para el acercamiento con el canal por parte de la compañía, asimismo Eloy Montalvo, Gerente Comercial de CyberPower, hizo hincapié en que los beneficios de certificarse con la marca serán diversos, destacando el registro de proyectos, la capacitación adicional y el acceso a productos demo, “además de programas de lealtad, apoyos para la fuerza de ventas y descuentos por el cumplimiento de cuotas de venta”.

PowerPanel Cloud

La compañía también presentó su sistema basado en la nube que adopta la arquitectura cliente-servidor, lo que permite a los usuarios acceder de forma remota al sistema a través de un portal web seguro o una aplicación móvil. Al crear una cuenta a través del portal web PowerPanel Cloud o una aplicación móvil directamente, los usuarios pueden agregar el UPS en la nube. Cuenta con monitoreo 24/7 y envío de alarmas de estado para informar sobre eventos de energía vía correo electrónico y notificaciones en aplicaciones. Para el análisis de estado del UPS a largo plazo, proporciona registros de estado de los parámetros vitales del dispositivo, como el voltaje, frecuencia, temperatura y humedad, para analizar la tendencia histórica. Por último, una vez iniciado el programa, la marca planea certificar entre 80 y 100 canales, sin embargo, seguirá vigente el tiempo necesario, debido a que la invitación es abierta a cualquiera que desee participar, motivo por el cual la empresa se apoyará de diversos gerentes regionales, a fin de aumentar su capacidad de impartición y acercar a la marca a los proveedores de primera línea.



ELOY MONTALVO



EL NEGOCIO DE LA SEGURIDAD EN LA NUBE ESTÁ CON **TREND MICRO**

• EL FABRICANTE OFRECE UNA ESTRATEGIA DE SEGURIDAD COMPLETA PARA UNA NUBE CORPORATIVA.

Autor: **Raúl Ortega**

Debido a la realidad por la que actualmente cruza el país, un gran número de empresas implementaron modelos para continuar con sus actividades de forma remota, para lo cual se apoyaron migrando a la nube, viendo al cloud como una estrategia de crecimiento y conservación de la productividad, sin embargo, la seguridad es un tema que no deberían pasar por alto las compañías, ya que de ello depende la perduración del negocio, lo cual abrió un océano de oportunidades para los canales, al ofrecer soluciones que doten de certeza y continuidad a las organizaciones.

La industria TI, así como el mercado económicamente activo continúan atravesando por diversas problemáticas que deja a su paso el confinamiento, desde los de carácter económico, el teletrabajo y la persistencia del negocio, pero quizá el más importante sea la seguridad, debido a su alcance y naturaleza de eje rector para el desarrollo de las actividades en cualquier organización.

Es así que la nube adquirió un rol esencial como habilitador de las actividades, además de ofrecer beneficios como análisis o machine learning, pese a ello esta herramienta no queda exenta de ataques y vulnerabilidades, así lo explicó Yessenia Becerra, Threat Specialist para Latinoamérica en Trend Micro: “La nube no está exenta de ataques, no es totalmente segura, pero posee capacidades para tener capas de seguridad, aunque existe un modelo de responsabilidad compartida entre proveedores y usuarios para los temas de seguridad, lo cual insta al cliente a tener controles y procesos para monitorear los diferentes recursos utilizados”.

“Si bien estábamos acostumbrados a que la seguridad tradicional era muy sencilla, utilizando firewalls o dispositivos en la red, en la nube eso no es sencillo, debido a que virtualmente no existe una red física para el usuario, sino que se encuentra en una etapa, capa o layer más arriba, lo cual se convierte en algo más complejo”: Yessenia Becerra.



YESSENIA BECERRA

Afectaciones de ransomware por sector durante 2020:

- **Gobierno:** 16 mil 627
- **Salud:** 9 mil 443
- **Manufactureras:** 9 mil 264
- **Financiero:** 2 mil 666
- **Educación:** 2 mil 470
- **Tecnología:** mil 927
- **Petróleo y gas:** mil 625
- **Seguros:** 1,412
- **Bancario:** 1,094
- **Telecomunicaciones:** 1,059
- **Otros:** 104 mil 104

El universo de posibilidades para concretar un servicio es muy amplio debido a los constantes ataques, es por ello que el fabricante diseñó la solución Trend Micro Cloud One para que sus canales mantengan oportunidades de negocio, atacando los tres pilares principales, como lo detalló Yessenia Becerra: “La migración a la nube que consiste en el acompañamiento, ayuda y aprovechamiento en el proceso y manteniendo sus políticas (On-premise) para migrarlas hacia la nube; en segundo lugar, están las aplicaciones nativas de nube, que radica en que las aplicaciones que se migren sufrirán un rediseño o rearquitectura y se convertirán en aplicaciones nativas en nube; finalmente está la excelencia operacional, para aprovechar la flexibilidad, que las aplicaciones tengan una correcta configuración de los aspectos generales para estar disponibles, maximizar la utilización de los recursos, optimización de costos y alcanzar una excelencia operacional. Utilizar en la nube exactamente lo que necesito, cuando lo necesito”.

DELL TECHNOLOGIES ACTUALIZÓ SU PORTAFOLIO PARA GENERAR MÁS NEGOCIO AL CANAL

Autor: **Anahi Nieto**

CON EL FIN DE DAR A CONOCER A LOS PARTNERS LAS ACTUALIZACIONES EN EL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS, DELL TECHNOLOGIES LLEVÓ A CABO LA PRIMERA EDICIÓN DEL LATAM VIRTUAL PARTNER SUMMIT LOS PASADOS 18 Y 19 DE AGOSTO.

Durante el encuentro virtual, se presentaron distintas ponencias por parte de los directivos para abordar temas como el futuro de los datos, la estrategia de la nube múltiple y el trabajo desde casa, exponiendo las soluciones que ayudan a mejorar la productividad y seguridad de los usuarios.

Se destacó que el primer trimestre del año resultó conveniente para la compañía, y, a raíz de la pandemia por COVID-19, lograron adaptarse a fin de asegurar la continuidad de negocio, tanto para ellos como para sus socios, con innovación y el lanzamiento de nuevos productos.

De acuerdo con Christiano Lucena, Vicepresidente de Ventas para Plataformas y Soluciones de Almacenamiento en Latinoamérica para Dell Technologies, la digitalización puede verse por etapas: en primer lugar, al trabajar desde casa; en segundo, cuando los clientes buscan ser más productivos; y, por último, se llega a una transformación digital por completo. En ello, la experiencia de los canales es fundamental para apoyar a los usuarios en esa transición.



CHRISTIANO LUCENA

“En los últimos meses se demostró que la tecnología nunca había sido tan importante, y eso significa oportunidades para nuestros clientes”, enfatizó Lucena.

Antes de la Pandemia, entre el 30 y 40% de los colaboradores de Dell Technologies trabajaba desde casa; a partir de marzo, el porcentaje se incrementó a más del 90%.

En tanto, Raymundo Peixoto, Vicepresidente Senior de Cómputo en Centro de Datos para Latinoamérica en la firma, dijo que el robusto portafolio de infraestructura con el que cuentan, que va desde edge hasta cloud, resulta ser una ventaja competitiva para el canal, a fin de posicionarse como un asesor de soluciones.

Para ello, el directivo mencionó que es necesario comprender cuáles son las aplicaciones de los clientes, dado que entre más se entienda el negocio se podrán proponer soluciones tecnológicas para habilitarlo.



RAYMUNDO PEIXOTO

Ventajas para el canal

Parte de los apoyos que encuentran los canales de distribución con el fabricante consisten en capacitaciones, entrenamiento online, empaquetamiento de la solución, fondos de mercadotecnia, y trabajo conjunto para distribuir a los colaboradores hacia el área que se requiera.

Por su parte, Álvaro Camarena, Vicepresidente Senior de Canales para América Latina, puntualizó que tienen partners que han tenido un crecimiento del 40 a 50% en lo que va del 2020, lo que demuestra que las oportunidades de negocio siguen estando ahí.

No obstante, detalló que los canales que salen adelante comparten ciertas características, como la agilidad para adaptarse usando medios digitales, transformando sus propios negocios, expandiendo sus líneas de negocio y entrando a sectores nuevos.



ÁLVARO CAMARENA

“Creemos que hay oportunidades gigantescas con los productos que hemos lanzado este año, estamos convencidos que traerán un crecimiento muy grande, ya que las organizaciones que tendrán éxito en el futuro deberán ser digitales, ser impulsadas por datos y operar en ambientes multicloud”, finalizó Camarena.



CÉSAR RAMACCIOTTI

ExpertBook B9 (B9450) de **Asus**

Laptop preparada para cualquier escenario de negocios. De 14", procesador Intel Core de hasta decima generación, con dos SSD PCIe 3.0 x 4 de 2TB y hasta 16GB de conectividad RAM de próxima generación con Wi-Fi 6 (802.11ax).

Descripción

Peso de 870 gramos, perfil de 14.9 mm de grosor y pantalla NanoEdge sin bisel. Incorpora bisagra ErgoLift, soporte de Amazon Alexa y un sistema de audio certificado por Harmon Kardon.

Características

- Batería de hasta 24 horas de duración
- Dos puertos Thunderbolt 3 y HDMI
- NumberPad 2.0 integrado en el panel táctil
- Chip de seguridad Trusted Platform Module 2.0 (TPM)
- Cámara IR incorporada permite inicios de sesión biométricos
- Puerto USB 3.1 Gen 2 y un conector de 3.5 mm para audio
- Durabilidad de grado militar
- Transferencia inalámbrica de archivos y URL, acceso remoto a archivos y funciones de pantalla duplicada

contactame@esemanal.mx



Serie UPS DX LAN de **Eaton**

Capacidad de monitoreo continuo de las condiciones de energía en red, regulando el voltaje y la frecuencia gracias a la topología online de doble conversión. Para áreas como infraestructura, equipamiento TI para industria, networking, almacenamiento y telecomunicaciones.

Descripción

La serie está compuesta por tres equipos con rangos que van de 1kVA, 2kVA y 3kVA. Con bypass electrónico que permite la continuidad del servicio en caso de una falla interna. Compacto.

Características

- Operación sencilla
- Tomas de corriente NEMA
- Pantalla LCD muestra estatus y las mediciones del UPS
- Comunicación a través de su puerto USB o bien, a través de la red con tarjeta opcional (NMC)
- Capacidad de integración con distintos entornos de software como el Winpower

contactame@esemanal.mx



All in one Serie E modelo 15E2 de **Elo**

Computadora táctil de 15 pulgadas para entornos de hospitalidad o minoristas. Al contar con un procesador Intel Celeron J1800, la serie E proporciona un desempeño de primera categoría a un precio en función del valor.

Garantía: Tres años

Disponibilidad:

Bluestar México, Scansource México e Ingram Micro.

Fernanda.Flores@elotouch.com

paloma.robles@elotouch.com



DataTraveler Locker+ G3 (DTLPG3) de **Kingston**

Unidad flash USB encriptada, protege los datos personales a través de encriptado de hardware y protección de contraseñas, lo que proporciona una doble capa de seguridad.

Descripción

Ofrece respaldo en la nube opcional para permitir a los usuarios guardar automáticamente los datos de su USB en Google Drive, OneDrive (Microsoft), Amazon Cloud Drive, Dropbox o Box.

Características

- Fácil de configurar y utilizar
- Software y seguridad integrados
- Funciona en sistemas operativos tanto Windows como Mac
- Disponible en capacidades de 8 GB a 128 GB2.
- Cinco años de garantía y soporte técnico gratuito

contactame@esemanal.mx



10 Tabmid de **TCL**

Tiene un display de 8" FHD IPS, procesador Qualcomm Snapdragon 665 con un CPU de ocho núcleos y un GPU para jugar en línea.

Descripción

Su peso es de 325g y un grosor de 8.5mm. Integra tecnología Nxtvision que reduce la luz azul para aliviar la fatiga ocular, un modo de lectura que ajusta la pantalla a blanco y negro, además de adaptar el brillo y el contraste con base en el ambiente.

Características

- Con herramienta Kids Mode (interfaz accesible y controles parentales)
- Funciona con Google Assistant
- Batería 5500 mAh
- Sensor de huellas dactilares
- Cámara frontal de 5 megapíxeles y trasera de 8
- Opciones de conectividad tanto en 4G como en Wi-Fi

contactame@esemanal.mx



eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

FELICITA A:

Lunes 14

FELIPE CORONADO, **DIRECTOR GENERAL DE PERFECT CHOICE**
LAURA PATRICIA GÓMEZ GONZÁLEZ, **ANALISTA EN COMUNICACIÓN EN NEXSYS**
20 ANIVERSARIO DE **DPM SYSTEMS**

Martes 15

CARLOS CÉSAR VÁZQUEZ SORIA, **DIRECTOR DE PROYECTOS EN NEZTER SOLUTIONS**

Jueves 17

ADÁN GARCÍA QUIROZ, **GERENTE TI EN AFICHE WEB**
JOSÉ GUADALUPE GONZÁLEZ GARCÍA, **GERENTE EN MAS FACTURACIÓN**
JUAN JOSÉ MEZA NÚÑEZ, **DIRECTOR GENERAL EN GRUPO SITPE SOLUCIONES**
29 ANIVERSARIO DE **PORTENNTUM**

Viernes 18

CARINA BUSTAMANTE JAIMES, **DIRECTOR DE CB CONSULTORES ASOCIADOS**
CECILIA BOIMORTO PELIQUERO, **DIRECTORA GENERAL DE CONSULTORA BP**

Domingo 20

SANDRA MENDOZA MENESES, **GERENTE DE MARKETING EN INTCOMEX**
24 ANIVERSARIO **OSRAMI**

SEPTIEMBRE 2020

LED MI mini Plus de **ViewSonic**

Proyector de bolsillo con conectividad Wi-Fi y Bluetooth, además de una interfaz smart TV para transmitir y reproducir contenido. Incluye un altavoz JBL.

Descripción

Portátil, con un peso menor a medio kilogramo y un tamaño de 4 por 4 pulgadas. Batería integrada con una duración de hasta 2.5 horas, con compatibilidad de batería externa.

Características

- Un dispositivo móvil puede usarse como control remoto secundario
- Brillo de 120 lúmenes LED y resolución WGA
- Pantalla de espejo Wi-Fi para compartir contenido
- App vCastSender controla el proyector
- Puerto USB

contactame@esemanal.mx



WC-300 de **Vorago**

Cargador inalámbrico, ofrece una manera fácil y rápida de cargar el smartphone, además de mantener la batería del dispositivo en perfecto estado por más tiempo y evitar el desgaste del conector USB.

Descripción

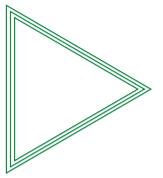
Diseño Dual Coil para cargar el dispositivo ya sea horizontal o verticalmente. Permite ver películas o videos en modo horizontal mientras se carga el dispositivo, o bien revisar notificaciones y navegar en el modo vertical.

Características

- Chip integrado
- Detiene la carga al alcanzar el 100%
- Reduce el calor y evita daños al smartphone

contactame@esemanal.mx





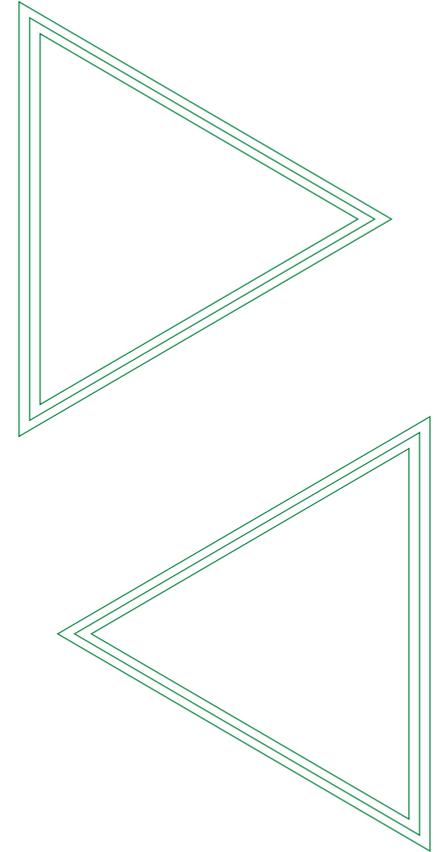
LLEGÓ A MÉXICO **HIREF** Y BUSCA CANALES PARA AMPLIAR SUS **OPORTUNIDADES**

Autor: **Raúl Ortega**

• LA COMPAÑÍA ESPECIALIZADA EN SOLUCIONES DE AIRE ACONDICIONADO DE PRECISIÓN ARRIBÓ RECIENTEMENTE AL PAÍS, EN EL MES DE FEBRERO, POR LO QUE ACTUALMENTE ESTÁN TRABAJANDO CON ALGUNOS CANALES DE VENTA DIRECTOS, ASIMISMO, EN SU BÚSQUEDA DE ALIANZAS HAN REALIZADO SESIONES EN LÍNEA CON ALGUNOS POSIBLES PARTNERS, SOCIOS COMERCIALES Y TAMBIÉN CON CLIENTES FINALES, ADEMÁS DE ESTAR TRABAJANDO EN UNA ESTRATEGIA DE VENTAS, PARA EN UN FUTURO CERCANO CONTAR CON DISTRIBUIDORES, RESELLERS Y MAYORISTAS.

Actualmente Hiref trabaja de la mano de Grupo Logisa, quienes, a través de ellos comercializan las soluciones y productos de su portafolio que está integrado por tres familias de equipos: la primera CCAC & HDC que son unidades perimetrales o de alta densidad tipo in-row o in rack, las cuales tienen las características de poder trabajar con diferentes tipos de refrigeración como expansión directa, agua helada y otras más. César Sánchez, Latam Area Manager en Hiref, agregó: “La segunda familia de equipos que tenemos son los TLC, Telecom o equipos mochila y tienen la característica de contar con sistema de evaporación y condensador en el mismo equipo, por lo que no se requiere que tenga un condensador en la parte exterior, todo viene en un mismo equipo”.

LA TERCERA FAMILIA SON LOS CHILLERS O LAS BOMBAS DE CALOR, QUE SON REFRIGERADORES DE LÍQUIDO QUE CUENTAN CON UN SISTEMA DE EXPANSIÓN DIRECTA, REALIZANDO PROCESOS DE CALENTAMIENTO, ENFRIAMIENTO E INTERCAMBIO TÉRMICO DEL GAS Y TIENE COMO CARACTERÍSTICA MANTENER EL LÍQUIDO REFRIGERADO CUANDO ESTÁ EN FUNCIÓN DE FRÍO O DE LA MISMA FORMA CUANDO NECESITAMOS LA FUNCIÓN DE CALOR, CON LA BOMBA DE CALOR. ESTAS SON LAS TRES FAMILIAS DE EQUIPOS QUE TENEMOS EN HIREF”: CÉSAR SÁNCHEZ.



CÉSAR SÁNCHEZ

Es importante mencionar que todos los productos son de precisión, por lo que tienen control de temperatura y humedad, algo relevante para este sector de mercado, asimismo son piezas que cuentan con ahorro energético ayudando a la organización que los usa, además, en el caso de los refrigerantes, debido a su naturaleza contaminante, la marca se apega al Tratado de Kioto, al Tratado de París y otros para la disminución de CO2 al ambiente, lo cual dota de valor agregado a la empresa al momento de ofrecer sus soluciones.

Por otro lado, la compañía acerca capacitaciones de sus equipos para que los canales estén preparados con conocimientos y técnica, para aprovechar la ocasión de comercializar los productos de forma exitosa.

“EN EL CASO DE INTEGRADORES, EMPRESAS INSTALADORAS, PARA ELLOS NO ES SUFICIENTE QUE CONOZCAN LA TEORÍA DEL EQUIPO, SINO QUE ES IMPORTANTE QUE SEPAN CÓMO INSTALAR UN EQUIPO, CÓMO SOLUCIONAR POSIBLES FALLAS (EN CASO DE EXISTIR), POR LO QUE NUESTRA PLANTA EN ITALIA LOS CAPACITA CON LA FINALIDAD DE QUE ELLOS COMPRENDAN EN SU TOTALIDAD LOS PRODUCTOS, UNA VEZ APROBADO EL CURSO, SE ENTREGA UN CERTIFICADO”:
CÉSAR SÁNCHEZ.

Además de estos incentivos, la empresa entrega diversos apoyos a través de Grupo Logisa como son financiamiento, cuentan con precios bajos para facilitar la compra de los equipos y ganancias que rondan el doble dígito, por lo que se convierte en un nuevo jugador en el mercado de TI nacional y al que los canales deberían poner atención.

De igual forma, César invitó a los canales a que se acerquen a conocerlos y descubran las formas atractivas de negocio que pueden lograr juntos, donde el ganar-ganar es una prioridad.



GIGABYTE PRESENTÓ NUEVOS MONITORES

Autor: Anahi Nieto



Octavio Islas

• EL FABRICANTE DIO A CONOCER LOS NUEVOS MONITORES ENFOCADOS A GAMING, ASÍ COMO LOS NUEVOS EQUIPOS DE SU MARCA AORUS.

C

on el fin de ofrecer una mejor experiencia de juego para los usuarios, Gigabyte desarrolló monitores con características especiales en brindar mayor rendimiento, potencia y mejores gráficos.

Octavio Islas, Gerente del Área de Soporte Técnico en Gigabyte México, explicó que los nuevos monitores son los primeros en el mundo en ser

tácticos, conservar la calidad y ser económicos al mismo tiempo.

Una característica que se destacó en la presentación fue la incorporación de la tecnología ANC (Audio Noise Cancelation) en los monitores, misma que permite tener dos micrófonos de forma simultánea y cancelar el ruido de ambiente durante un gameplay o streaming.

El ejecutivo explicó que la nueva línea de monitores gamer es funcional no sólo para los videojuegos, sino que también resultan ser equipos eficientes para el diseño y edición, por ejemplo, debido a su característica de velocidad.

Islas agregó que los nuevos monitores están disponibles con DDTech, Digitalife, Grupo Decme y otros canales del mayorista. Y que la firma se alista para lanzar al mercado próximamente monitores profesionales enfocados a gaming.

NUEVA FAMILIA DE MONITORES GIGABYTE

- G27F**• monitor plano de 27", resolución FHD, ofrece un tiempo de respuesta de un milisegundo.
- G27Q**• monitor plano de 27", resolución QHD, tiempo de respuesta de un milisegundo.
- G27FC**• monitor curvo de 27", con resolución FHD, ofrece un tiempo de respuesta de un milisegundo.
- G27QC**• formato curvo de 27", con resolución QHD, ofrece un tiempo de respuesta de un milisegundo.
- G32QC**• formato curvo de 32", con resolución QHD, ofrece un tiempo de respuesta de un milisegundo.

Monitores Aorus

- CV27Q**• Panel VA curvo de 27", con resolución QHD, y tiempo de respuesta de un milisegundo, luminosidad máxima de 400 nits.
- CV27F**• Panel VA de 27", con resolución FHD y ángulos de visión 178°/178°.



Máximo rendimiento
a tu alcance.



HP ZBOOK 15V G5

Conoce más

Con procesador Intel®
Core™ i7 de 9ª generación



KIO NETWORKS

APUESTA POR LA ESPECIALIZACIÓN DE LOS CANALES

Autor: Raúl Ortega

• INCREMENTAR
COBERTURA PARA
SERVICIOS DE
TECNOLOGÍAS DE
INFORMACIÓN
CRÍTICA E IMPULSAR EL
ECOSISTEMA DIGITAL
MEXICANO
FORTALECIMIENTO DE
LAS ESTRUCTURAS DE
SOCIOS DE NEGOCIO

La compañía está basando su estrategia en robustecer su estructura de canales para buscar un crecimiento acelerado, pero sobretodo, la atención al mercado mexicano en todas las regiones, por lo que, conscientes del momento que se vive, los retos son diversos y uno de ellos, quizá el más importante es la asesoría personalizada, por lo que Kio Networks lo está ofreciendo a través de sus canales y así llegar a clientes, sin importar el tamaño y en diferentes regiones para acercar la transformación al mundo digital de una manera más sencilla.

La estrategia para emprender el camino hacia reforzar el ecosistema digital en México ha sido una tarea que estriba en diversos esfuerzos, por parte del fabricante, por lo que, teniendo al confinamiento como contexto, ha trabajado de cerca con el canal a través de su portal web para conectarlos, restableciendo estrategias conjuntas que respondan a las necesidades de la región y capacitando al personal, de esta forma lo aseguró Alejandro Vázquez, Director de Canales para



KIO Networks México: “Estamos haciendo planes de trabajo con el canal, mantenemos comunicación y sobretodo damos capacitaciones, con webinars en línea y guardamos esos videos para que ellos puedan recibir todo tipo de capacitación y logremos la estrategia de especialización”.

El tipo de soluciones que proporciona la firma son altamente especializadas, por lo que, si bien están abiertos a sumar nuevos socios a sus filas, también es cierto que esos canales requieren de conocimiento previo en temas de TI y en los clientes, por lo que Kio Networks más que buscar volumen, están apostando a un canal selecto y especializado.

“SÍ, ESTAMOS EN BUSCA DE RECLUTAR CANALES NUEVOS, PERO SEREMOS MUY SELECTIVOS EN LA EVALUACIÓN EN CADA UNA DE LAS REGIONES QUE CONSIDEREMOS QUE TIENE CAPACIDADES DE ENTREGA DE SERVICIO Y ASESORÍA PARA SUS CLIENTES. CRECEREMOS EN LA RED DE DISTRIBUCIÓN DE CANALES, PERO NO TANTO POR LA BÚSQUDA DE UN MAYOR VOLUMEN, SI NO POR TENER A LOS MEJORES, A LOS MÁS ESPECIALIZADOS EN LAS REGIONES PARA ATENDER CON CONSULTORÍA A NUESTROS CLIENTES”: ALEJANDRO VÁZQUEZ.

APOYOS AL CANAL DE DISTRIBUCIÓN:

Acompañamiento: Estamos conscientes de que no importa cuanta capacitación se entregue al canal, se aprende más de la labor en campo. Virtualmente nuestros especialistas pueden acompañar al canal para hacer una presentación.

Financiamiento: Nos están solicitando apoyos para comenzar a trabajar con nuestros servicios y tecnologías, por lo que ofrecemos las pruebas de concepto y si le interesan los servicios, se contratan ahora y se comienza a pagar a partir del próximo año.

Herramientas de capacitación: Puede acceder a cualquiera de las capacitaciones, ya sea en línea u On Demand.

Kit de ventas: contamos con un kit de ventas, de cada una de las diferentes soluciones que tenemos, que impulsamos a través de los canales y ese kit lo ponemos como un repositorio de información en la página para que lo revisen y se sientan mejor preparados para visitar a sus clientes.

El directivo concluyó comentando que los retos que hoy se viven son importantes, pero se ha visto que existe una demanda creciente por el tipo de servicios que Kio Networks ofrece y la principal razón está relacionada con las prioridades de los clientes, fuertemente ligadas, al incremento de ahorros, además Alejandro agregó: “Por otro lado se encuentra la disponibilidad de la información, dado que muchos clientes se vieron sorprendidos con esta situación de no poder ir físicamente a sus oficinas, vieron que esa transformación tecnológica de llevar sus aplicaciones a la nube era crucial”.

APUESTA **SOPHOS** POR LA EDUCACIÓN DEL CANAL Y LA DIVERSIDAD

DURANTE EL EVENTO “CYBERSECURITY EVOLVED VIRTUAL”, EL DESARROLLADOR EXPUSO SU INTERÉS Y ACCIONES QUE REALIZA A FIN DE MANTENER A LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN EDUCADOS Y ACTUALIZADOS, ASÍ COMO IMPULSAR LA DIVERSIDAD DENTRO DE SU ORGANIZACIÓN.

Autor: **Anahi Nieto**

En el evento virtual de Sophos Latinoamérica se hizo énfasis en el papel que deben adoptar los canales de distribución, donde estos tienen que reinventarse, dejar de sólo vender cajas y licencias y comenzar a vender sus propios servicios de seguridad; para ello, el desarrollador anunció su compromiso con la educación de los canales en modelos disruptivos para poder adoptar la nueva tecnología.

Según explicó María Ardila, Directora de Canales en Sophos en Latinoamérica, el programa de canales está enfocado para apoyar al crecimiento de los canales, mientras que en marketing trabajan en desarrollar una mayor lealtad del canal.

Además, la firma busca tener mayor diversidad en su base de colaboradores, en donde se destacó la participación que las mujeres han tenido en la empresa en los últimos años, mismas que expusieron su experiencia.

Alejandra García, Directora General de Sophos para México, dijo que la estrategia de la compañía consiste en promover el papel de la mujer en la tecnología; precisó que en el 2017 sólo en el 7.5% de los consejos de administración había presencia de mujeres.

La Directora destacó que, en la actualidad, las cifras aún no son las mejores, puesto que sólo el 14% de los profesionales que hay en tecnología son mujeres; señaló que es necesario que las mujeres pierdan el miedo para hacer carrera en la Industria de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), así como a hablar de sus logros y el miedo a fracasar.

Ante tal panorama, Sophos busca comenzar a cerrar la brecha a través de ofrecer igualdad en las oportunidades; teniendo como base al momento de contratar a una persona su talento y no su género.

PANEL



MARIA ARDILA
DIRECTORA DE CANALES -
SOPHOS LATAM

Durante más de 12 años ha liderado la estrategia, definiendo y planificando negocios rentables y valiosos para el ecosistema de canales y distribución.



DENISE PASCUAL
GERENTE DE MERCADEO -
SOPHOS LATAM

Cuenta con más de 10 años de experiencia definiendo y planificando programas de marketing de clase mundial para la región de América Latina enfocada en el canal y creando las mejores experiencias para los clientes



CLAUDIA VIZCARRA
DIRECTORA GENERAL - SOPHOS
MULTICOUNTRY LATAM

Cuenta con más de 10 años de experiencia. en Sophos tiene la tarea construir el nuevo ecosistema de canales y distribución en MCA e identificar recursos para mejorar el servicio a socios y clientes



ALEJANDRA GARCIA
DIRECTORA GENERAL -
SOPHOS MEXICO

Cuenta con casi 20 años de experiencia en la industria, donde a tenido la oportunidad de ser parte de la transformación del mercado de México.

SOPHOS

Para ello, Claudia Vizcarra, Directora General de Sophos Multicountry LATAM, recomendó a las mujeres que en cada proyecto que implementen tengan pasión, disfruten del camino y tengan presente que los límites están en la mente. Agregó la importancia de pedir apoyo para empujar su carrera con organizaciones que se dedican a apoyar a la mujer.

Esperan crecimiento post-COVID-19

Aunque Sophos expuso que decrecen los niveles de facturación de la industria de ciberseguridad este año, dijeron que ellos continúan creciendo, y prevén crecimiento post-COVID-19 con porcentajes de entre el 11.8 y 17% en el 2021.

Destacaron su capacidad de adaptación en el mercado con el lanzamiento de un esquema diferente y disruptivo en marzo. Así como su interés por romper paradigmas en la adopción tecnológica al brindar seguridad como servicio a los usuarios, tendencia en esta industria.

Los más de 70 colaboradores de Sophos en la región son impulsados por la creencia y el objetivo de dar acceso a la tecnología a todos en América Latina y, consideran que lo pueden lograr con competitividad y adaptándose al cambio.

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

Manténte Informado

-Mayoristas

-Fabricantes

-Integradores

f /NoticiasdelCanal

¡Síguenos en **f** /Revista eSemanal!