19 de Octubre 2020 · Año 29 | No. 1400

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Máximo rendimiento a tu alcance.

HP ZBOOK 15V G5

Conoce más

Con procesador Intel®
Core™ i7 de 9ª generación

intel CORE i7 9th Gen

1400 EDICIONES DE ESEMANAL

Álvaro Barriga •

A lo largo de casi 29 años, en 1400 ediciones, **eSemanal** ha dado cuenta de la evolución de esta disruptiva industria y de quienes forman parte de ella; han sido miles de coberturas de conferencias de prensa y eventos, así como entrevistas presenciales y virtuales, las que respaldan nuestra labor periodística a lo largo de este tiempo, y hoy reiteramos nuestro compromiso de seguir informando.

Quienes formamos parte de esta publicación nos sentimos orgullosos del trabajo que se realiza en cada edición y nos hemos adaptado a las necesidades que la vida lo requiere, como en este momento de confinamiento por el virus SARS CoV2, en el que seguimos cumpliendo con nuestro objetivo de llevarles las noticias, novedades, tendencias de mercado y oportunidades de negocio.

Estas 1400 ediciones también son un reconocimiento para quienes han colaborado y formado parte de la historia de **eSemanal**, pero lo más importante, gracias a ustedes estimados lectores por su preferencia y hacer de esta publicación, un referente informativo para el canal de distribución de la industria de Tecnologías de la Información y Comunicaciones.

En otros temas importantes, José y Juan Pablo Medina Mora, Presidente y Director General, respectivamente en CompuSoluciones, encabezaron en un evento virtual, la entrega de los AROS, el mayor reconocimiento que hacen cada año a sus asociados más destacados durante el periodo; en esta ocasión, Sellcom obtuvo el distintivo como "El Mejor Asociado" ¡Enhorabuena!

Esta semana se llevarán a cabo dos eventos a los que hay que estar atentos por la calidad de sus contenidos, la Convención de CT Internacional (19 al 23 de octubre) y el Congreso ANADIC México (20 al 22 de octubre), ambos foros serán virtuales y ofrecerán conferencias magistrales, networking y variadas oportunidades de negocio, acordes a la nueva normalidad y el entorno actual de las empresas. También brindarán algunos premios a sus participantes y hasta vehículos. **eSemana**l dará seguimiento a través de una cobertura para llevarles los pormenores de los dos grandes eventos. ¡No se los pierdan!

eSemanal noticias del canal, no recomienda equipos ni marcas, tampoco resuelve dudas técnicas individuales por teléfono. Si tiene algo que comunicarnos, diríjase a nuestras oficinas generales o use alguno de los medios escritos o electrónicos. eSemanal noticias del canal, es una publicación semanal de Contenidos Editoriales KHE, S.A. de C.V., con domicilio en Pitágoras 504-307, Col. Narvarte, C.P. 03020, México D.F. Número de certificado de reserva: 04-2013-100817455000-102, Certificados de licitud y contenido de título: 16101, Editor responsable: Francisco Javier Rojas Cruz.
Los artículos firmados por los columnistas y los anuncios publicitarios no reflejan necesariamente la opinión de los editores. Los precios publicados son únicamente de carácter informativo y están sujetos a cambios sin previo aviso. PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL MATERIAL EDITORIAL E INFORMACIÓN PUBLICADA EN ESTE NÚMERO SIN AUTORIZACIÓN POR ESCRITO de Contenidos Editoriales KHE, S.A. de C.V.

REGISTRO POSTAL PP09-01937

PORTADA

10 La nueva normalidad afianza las oportunidades para **HOSPITALIDAD**

MAYORISTAS

6 COMPUSOLUCIONES galardona a sus asociados en la entrega de los AROS

30 ISSA robustece su portafolio y oportunidades en seguridad

32 NVIDIA y **PRIMX** dentro del portafolio de **MAPS**

34 El negocio personalizado de **ABASIST** es un diferenciador en el mayoreo

38 INGRAM VIRTUAL EXPERIENCE 2020

COMPUSOLUCIONES

INGRAM

FABRICANTES

18 La clave del negocio de IoT está en personalizar la experiencia: **NEXXT CONNECTIVITY**

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

27 TECH2ONE busca que el canal incremente sus oportunidades de negocio

TECH2ONE

43 Prospección y generación de demanda brinda **HITACHI VANTARA** a su canal

HITACHI

LABORATORIO

16 VORAGO ESB-600 PLUS

20 PRODUCTOS

PRODUCTOS

TENDENCIAS

24 AVIXA, el aliado que impulsa a la industria audiovisual

41 Expone **IDC** el futuro del trabajo y el papel del Gobierno en la adopción de tecnología

IDC

DESARROLLADORES

36 En **TIBCO NOW**, la compañía dejó en claro su compromiso con clientes y canales

TIBCO

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.hernández@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

CompuSoluciones galardona a sus asociados en la entrega de los AROS

Como cada año, José y Juan Pablo Medina Mora, Presidente y Director General de CompuSoluciones, respectivamente, reconocieron a sus aliados estratégicos más sobresalientes a quienes entregaron los AROS, por su liderazgo y destacada labor en el negocio.

> "El evento de AROS es donde los reconocemos a ustedes nuestros distribuidores, en conjunto con los aliados estratégicos por el negocio, sin lugar a dudas, son compañías que han marcado el liderazgo y que nos han ayudado a estar presentes con diferentes soluciones en el mercado": José Medina Mora.

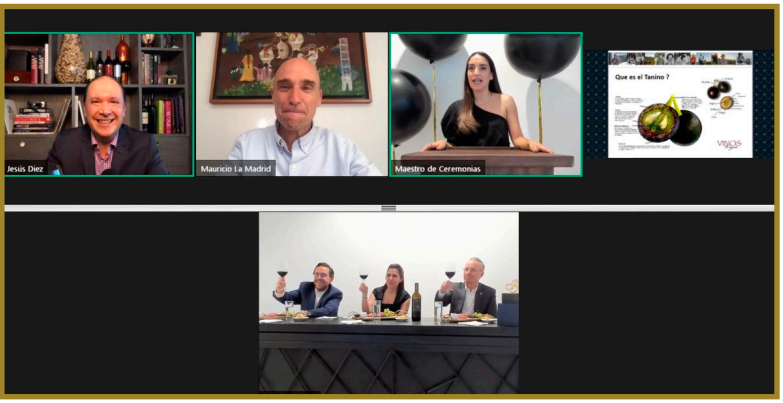
Toda una experiencia

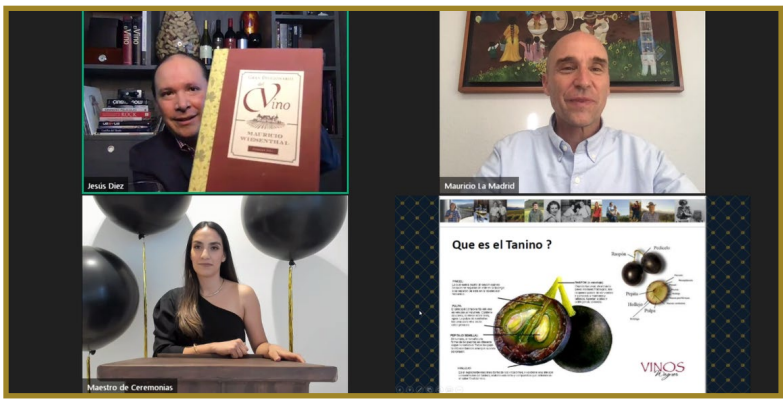
Para amenizar los AROS, se llevó a cabo una cata de vino de manera virtual, encabezada por los enólogos Jesús Diez y Mauricio Lamadrid, quienes compartieron su conocimiento e interactuaron con los nominados en una velada llena de emociones.

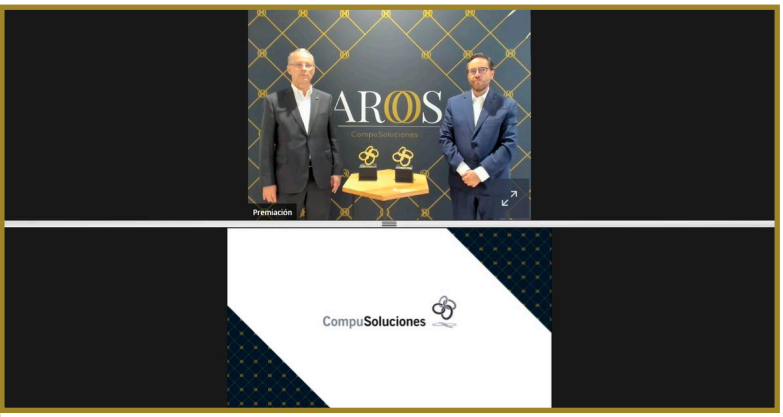
El evento estuvo respaldado en todo momento por los principales directivos de CompuSoluciones: Ana María Arreola, Directora Comercial y Mercadotecnia; Maru Moreno, Directora Comercial, y José Luis Cortés, Director Comercial, quienes agradecieron el apoyo y la confianza de toda la comunidad de asociados del mayorista, y por hacerlos partícipes en diferentes proyectos que involucran varias unidades de negocio.

Este año, Sellcom obtuvo el reconocimiento como "El Mejor Asociado de CompuSoluciones".

> "Gracias a todos nuestros socios, les reitero nuestro compromiso para seguir creciendo y hacer mejores negocios que ayuden al desarrollo del país y a tener mejores empresas. Felicidades a los nominados y a los ganadores": Juan Pablo Medina Mora.

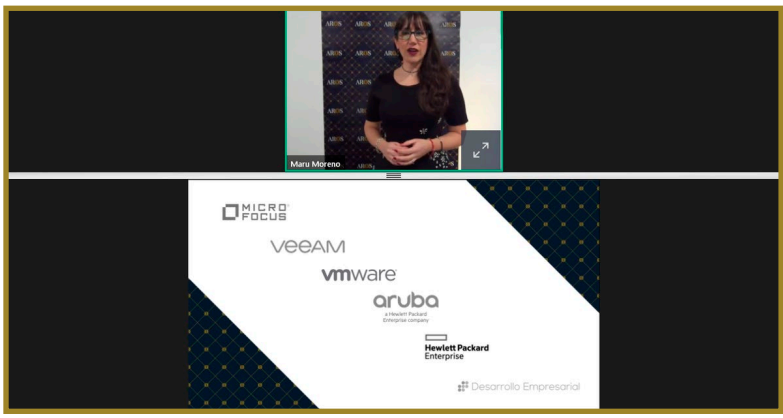

Jesús Diez
Mauricio La Madrid
Maestro de Ceremonias
Que es el Tanino ?


Jesús Diez
Mauricio La Madrid
Maestro de Ceremonias
Que es el Tanino ?

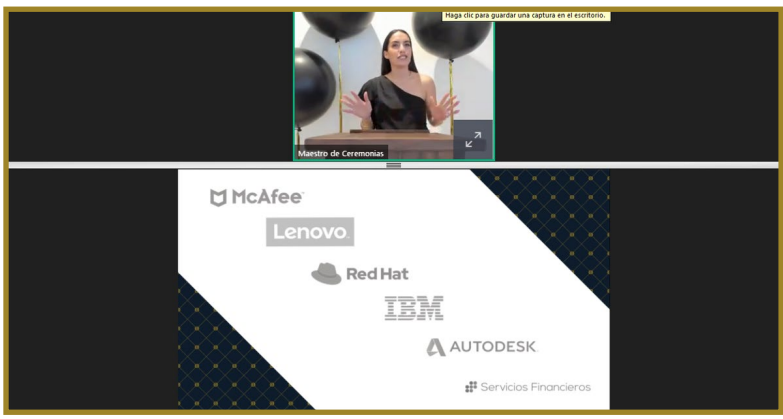

Premiación
CompuSoluciones

Luis Gerardo Perez
MEJOR ASOCIADO
Tesselar OES SAP Business One del año
IJAM Consulting
Grupo de Administración y Consultoría Integral
Grupo Consultores

Premiación
MEJOR ASOCIADO
Apple
Alus
Sellcom
Soluciones EXA


Maru Moreno
MICRO FOCUS
VEEAM
vmware
aruba
Hewlett Packard Enterprise
Desarrollo Empresarial

Haga clic para guardar una captura en el escritorio.
José Luis Cortés
MEJOR ASOCIADO
SERVICIOS FINANCIEROS
Compucad
Grupo de Administración y Consultoría Integral
Computación Interactiva de Occidente


Haga clic para guardar una captura en el escritorio.
Maestro de Ceremonias
McAfee
Lenovo
Red Hat
IBM
AUTODESK
Servicios Financieros

AROOS
CompuSoluciones

2020

MEJOR ASOCIADO RED HAT
-Netcore
-Javanes
-Sellcom
GANADOR:
Netcore

MEJOR ASOCIADO LENOVO
-Ingeniería en Telecomunicaciones e Informática,
-ACIT
-Integración en sistemas complejos
GANADOR:
ACIT

MEJOR ASOCIADO VEEAM
-Soporte y Capacitación
-Compucad
-Fraga
GANADOR:
Soporte y Capacitación Compucad

MEJOR ASOCIADO VMWARE
-Nexta
-Ricoh
-OCM
GANADOR:
Nexta

MEJOR ASOCIADO MCAFEE
-Software Express
-Scitum
-I Security
GANADOR:
Software Express

MEJOR ASOCIADO APPLE
-Soluciones EXA
-Sellcom
-Alus
GANADOR:
Soluciones EXA

MEJOR ASOCIADO IBM HARDWARE
-Hyperflex
-Lodes
-Ciomex
GANADOR:
Hyperfelx

MEJOR ASOCIADO IBM SOFTWARE
-Neitek
-Matersys
-TPS
GANADOR:
TPS

MEJOR ASOCIADO AUTODESK
-Compucad
-Cadgrafics
-Thinkvox
GANADOR:
Compucad

MEJOR ASOCIADO MICROSOFT MODERN WORK PLACE
-Migesa
-Corporativo IT
-Industrias IONET
GANADOR:
Corporativo IT

MEJOR ASOCIADO MICROSOFT AZURE
-Tangible
-Luis Alberto Cancino
-E-Level
GANADOR:
Luis Alberto Cancino

MEJOR ASOCIADO HEWLETT PACKARD ENTERPRISE
-Sellcom
-Teacorp
-Compucad
GANADOR:
Sellcom

MEJOR ASOCIADO SMB HEWLETT PACKARD ENTERPRISE
-Infinia
-Ciisa
-Globalsysco
GANADOR:
Infinia

MEJOR ASOCIADO HP INC.
-Sellcom
-Theos
-Compucad
GANADOR:
Sellcom

SERVICIOS ADMINISTRADOS DE IMPRESIÓN
-Mita
-Sistemas Continuo
-Atención Corporativa
GANADOR:
Sistemas Continuo

MEJOR ASOCIADO DE ARUBA
-Consultoria y Asesoria de Redes
-Computación Interactiva
-Microplus
GANADOR:
Consultoria y Asesoria de Redes

MEJOR ASOCIADO MICROFOCUS
-Sellcom
-Teacorp
-Paramo Tecnologias
GANADOR:
Sellcom

MEJOR ASOCIADO DE SERVICIOS FINANCIEROS
-Compucad
-Grupo de Administración y Consultoría Integral
-Computación Interactiva de Occidente
GANADOR:
Compucad

MEJOR ASOCIADO EN DESARROLLO EMPRESARIAL
IQSEC
Software One
ICORP
GANADOR:
IQSEC

MEJOR ASOCIADO TESSELAR OES SAP BUSINESS ONE DEL AÑO
-Ijam Consulting
-Grupo de Administración y Consultoría Integral
-Grupo Consultores
GANADOR:
Ijam Consulting

MEJOR MANEJO DE CRÉDITO
-Super BBS
-Sistemas y Equipos
-CIISA
GANADOR:
Super BBS

MEJOR ASOCIADO DE COMPUSOLUCIONES
-Compucad
-Sellcom
-CIO
-CIISA
GANADOR:
Sellcom

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Manténte informado

SUSCRÍBETE A NUESTRO

NEWSLETTER

Y RECIBE TODAS LAS NOTICIAS DE LA

INDUSTRIA TIC

www.esemanal.mx

LA NUEVA NORMALIDAD AFIANZA LAS OPORTUNIDADES PARA HOSPITALIDAD

- RESPALDO ENERGÉTICO, UN NEGOCIO EN EL QUE DESCANSAN DIVERSOS MERCADOS, ENTRE LOS QUE SE INCLUYE LA HOSPITALIDAD
- EL TURISMO REPRESENTA EL 10% DEL PIB A NIVEL MUNDIAL

Texto: **Raúl Ortega**

Uno de los sectores más innovadores, pero al mismo tiempo, con menor capacidad de maduración ha sido el mercado de la hospitalidad, ya que si bien ha crecido a la par de las tendencias tecnológicas, también es cierto que pocos actores de la industria TI han examinado a profundidad las oportunidades de negocio que este sector representa; quizás por la diversidad de tecnologías que abarca, lo que le da un marco de acción poco definido en el que cabe, casi, cualquier innovación digital.

En pleno año 2020 y con una pandemia como contexto, el mercado de la hospitalidad continúa ganando terreno, convirtiéndose en un sólido aliado de la reactivación económica del turismo, fuertemente golpeada debido al confinamiento y cese de actividades presenciales.

Debido a su constitución de origen, la hospitalidad tiene como esencia proveer de sistemas y tecnologías que permitan una estancia acogedora y personalizada para los huéspedes, a tal punto que la interacción humana sea reemplazada, lo cual ha gozado de buena aceptación en los tiempos que corren.

Es así que los huéspedes, en el caso de los hoteles, están dispuestos a compartir datos de su perfil, con tal de obtener un servicio altamente personalizado en estos lugares, así lo detalló la consultora Forrester, que además aludió a las firmas hoteleras que consiguen diferenciar su propuesta con mayor afinidad para los viajeros y su continua preferencia o fidelidad, todo ello soportado en tecnología y big data para personalizar sus servicios y crear una experiencia única.

“La tendencia es y seguirá siendo la ‘experiencia de los huéspedes’. Esta experiencia se logra mediante herramientas tecnológicas que permitan al huésped sentirse atendido de una forma muy personal. El huésped busca encontrar en su estadía una experiencia superior a la que experimenta a diario. Esto es un reto enorme para el sector hotelero. Algunas de las herramientas que ayudan son: autocheck in, inteligencia artificial, apertura remota de habitaciones sin necesidad de una llave o una tarjeta, sincronización de datos / información, entre otros. Todo esto debe estar respaldado y en operación continua sin interrupciones”: Marcela Núñez, Directora Regional Sur-Occidente de Tripp Lite.

MARCELA NÚÑEZ

Algunos de los más notorios distintivos tecnológicos para la hospitalidad y que en la actualidad han gozado de buena aceptación, ha sido la habilitación de llaves digitales a través de smartphones, lo cual reduce el contacto físico entre las personas y lleva al siguiente nivel la experiencia digital, así lo explicó Marcela Núñez: “El sector de hospitalidad, al igual que prácticamente todos los sectores económicos se han visto afectados de una u otra forma. En la actualidad, los hoteleros tienen un reto nuevo y muy importante que antes no figuraba entre los más importantes que es la seguridad de sus huéspedes. Por lo que además de la experiencia, deberán ofrecer a sus clientes un ambiente seguro y cuidado”.

Respaldo energético, corazón de la hospitalidad

La transformación digital ya es una realidad, lo cual ha permitido la habilitación de tecnologías que facilitan la administración y gestión de los inmuebles, como son los hoteles, con la finalidad de potenciar la experiencia del usuario, requiriendo así protección y respaldo energético que garantice la continuidad del servicio, a propósito de software para gestión, IoT (internet de las cosas) y la domótica.

“Estas mejoras tecnológicas (Software de gestión, IoT y la domótica) nos demandan una alta disponibilidad en sector energía, por lo tanto, se debe contar con la infraestructura que garantice un funcionamiento continuo y adecuado”: Isaí Soto, Ingeniero de Aplicaciones UPS en Koblenz.

ISAÍ SOTO

De tal relevancia es el suministro eléctrico constante que, contar con dispositivos confiables no sólo permiten el manejo de los servicios, sino la protección de la inversión, con lo cual dotan de certeza el ofrecimiento de servicios, que estén a la altura de lo que el usuario final demanda en temas de hospitalidad. Respecto a esta cuestión Isaí Soto ahondó de la siguiente forma: “Desde siempre la energía eléctrica ha formado parte primordial de un buen servicio, nos brinda confort a través de los sistemas de aire acondicionado, seguridad por medio de CCTV, conectividad por medio de los sistemas de telecomunicaciones y con la domótica tenemos una mejor interacción con los elementos a nuestro alrededor, ya sea por medio del control de accesos, luminarias, de temperatura, etcétera”.

GT | CONVENCIÓN 2020

VIRTUAL

19 AL 22 DE OCTUBRE

La mejor convención de la industria TI llega hasta donde estés.

La convención más esperada de la industria TI en México **ahora es virtual.** Te llevamos el mejor contenido, talleres, capacitaciones y conferencias de los fabricantes más reconocidos.

+60 Fabricantes

+50 Ejecutivos de alto nivel

+40 Stands interactivos

+40 Conferencias de negocio

+30 Talleres y certificaciones

4 Conferencias magistrales

ctonline.mx/convencion2020

Oportunidades/ganancias de respaldo energético en hospitalidad

• **CyberPower:** La compañía brinda rentabilidad de doble dígito a sus partners, con supresores de picos que ayudan a proteger los dispositivos móviles en las habitaciones hasta UPS trifásicos que permiten la continuidad de los centros de datos en complejos hoteleros.
• **Koblenz:** El fabricante ofrece ganancias a sus canales hasta por doble dígito y cuenta con una oferta que incluyen UPS de 6 y 10 kVA´s, con factor de potencia 1 y que son equipos escalables en baterías, de tamaño compacto (rack/torre). UPS de 20, 30 y 40 kVA´s con factor de potencia 0.9 con funciones de ECO, EPO y capacidad de paralelaje. Ideales para cuartos de comunicaciones o de monitoreo en hoteles.
• **Tripp Lite:** El margen que se puede lograr en el mercado de hospitalidad es muy variado, y dependerá del grado de especialización y certificación de cada canal. Tripp Lite no es un fabricante de UPS, es un proveedor de soluciones de administración, control, y continuidad de cualquier negocio. UPS, para respaldo de información de todas las áreas del hotel. Señalización digital, con una gama muy amplia. Micro centros de datos, con infraestructura de TI pre-configurada o personalizada a fin de implementar Edge Compunting para lograr procesamiento de datos en tiempo real y aumentar la velocidad de respuesta, y disminuir el tráfico en la nube; administración y control de dispositivos móviles tanto en habitaciones, áreas comunes, restaurantes. Protección de los centros de datos e IDF´s, con soluciones de infraestructura, protección, administración remota, entre otras.

Cabe mencionar, la demanda tecnológica aumentó a partir de la emergencia sanitaria y la hospitalidad no quedado exenta de esto, aunque una vez se comience a regresar a la cotidianeidad, con los ajustes de la nueva normalidad, es poco probable que decaiga la demanda de elementos digitales aplicados a la vida diría, primero por el cuidado y el apego a las reglas de convivencia y segundo, debido al reconocimiento y simplificación de las actividades que habilitan los sistemas digitales. De ello habló Eloy Montalvo, Gerente Comercial de CyberPower: "Mucho del turismo en México está en las playas, donde existen variaciones de voltaje, por lo que nosotros somos una buena opción para los hoteles, protegiendo el hardware o su inversión".

"Antes de la pandemia, a nivel mundial el turismo representaba más del 10% del PIB, generando un empleo del 20%. En 2019 en México, representaba el 8.7% del PIB, teniendo 41 millones de turistas, lo cual habla de un mercado fuerte para que lo canales ataquen este segmento": Eloy Montalvo.

ELOY MONTALVO

¿ESTÁS LISTO PARA CAMBIAR LA FORMA DE HACER NEGOCIOS EN TU EMPRESA?

Estamos a muy pocos días del

ANADIC CONGRESO MX. 2020

3 DÍAS INTENSOS CON:

50 hrs DE CONTENIDOS

1,000 INVITADOS

CONFERENCIAS, PREMIOS Y MUCHO MÁS

Además, participando en el congreso obtendrás sin costo:

- Tu membresía a la ANADIC
- Acceso a nuestra plataforma de e-learning Campus Anadic
- Derecho a participar en nuestro Marketplace

¿ESTÁS LISTO?

UNA EXPERIENCIA **100% VIRTUAL DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO**

ACCEDE A:

congresoanadic.vfairs.com

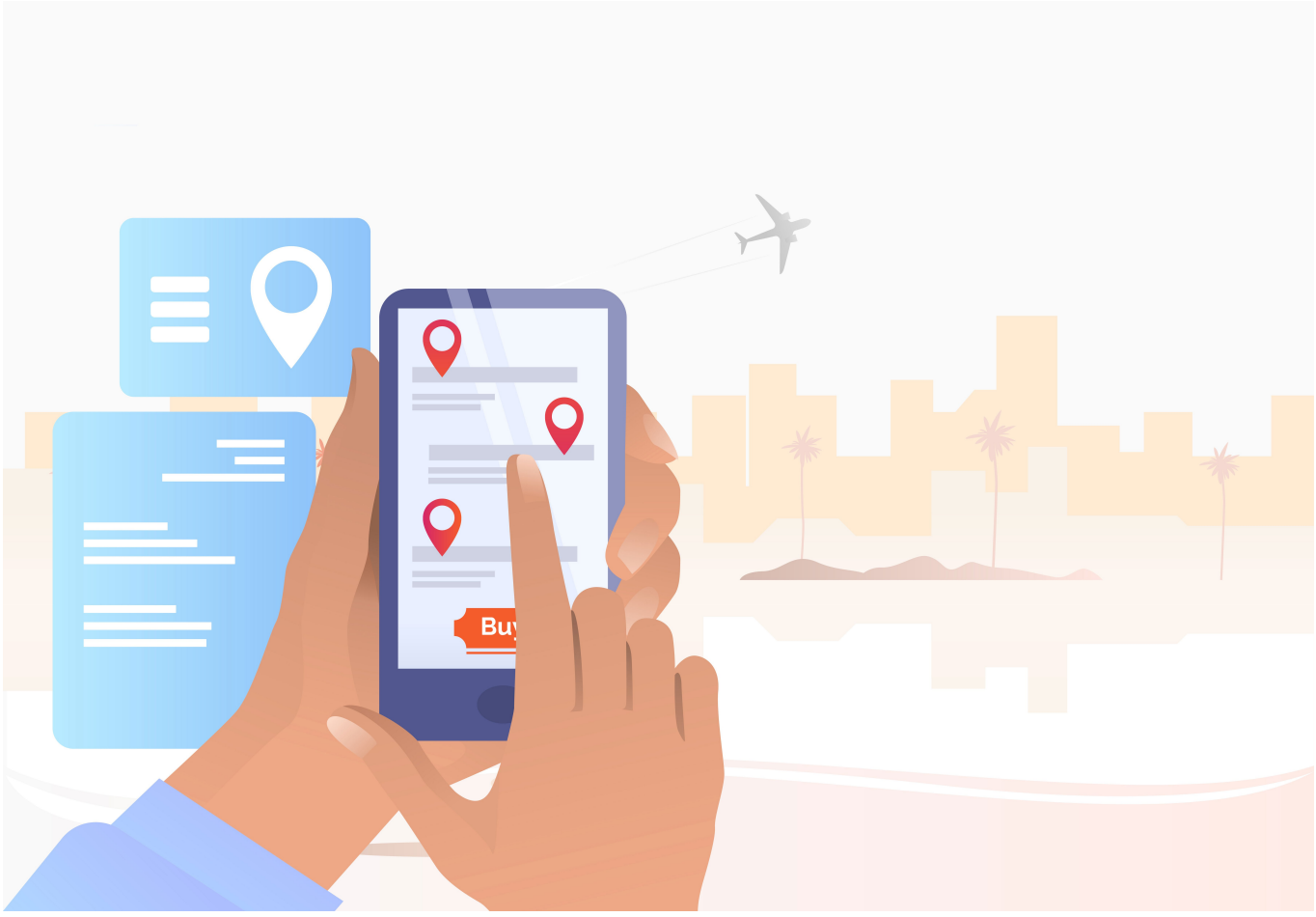
Hoteles, la punta del iceberg hospitalario

La hospitalidad está centrada en los complejos hoteleros, aunque no se restringe a este sector únicamente, si bien el turismo es la cima visible de las oportunidades de negocio que representa para el canal, existen otros mercados dignos de observar con detenimiento y evaluar sus capacidades de implementación de estas tecnologías como pueden ser centros comerciales, universidades, centrales de autobuses y aeropuertos.

En conclusión, es posible afirmar que, el segmento de hospitalidad cuenta con tantas vertientes como oportunidades con diversos productos que van desde el respaldo energético, los data center, almacenamiento, virtualización, cableado, hasta seguridad perimetral e informática. Los canales se encuentran ante un mercado creciente en el que podrían invertir y convertirse en pioneros, para que una vez haya alcanzado su máximo fulgor, éstos ya estén encumbrados como especialistas y para ello, el entrenamiento es básico en cualquier tecnología que busquen comercializar.

CyberPower, Koblenz y Tripp Lite, ofrecen capacitaciones y certificaciones a los canales para aprovechar al máximo las oportunidades y las demandas actuales del mercado para hospitalidad, por lo que resulta indispensable estar preparados ante los cambios. Estos tiempos complicados también son momentos de oportunidad para revisar y repensar el rumbo de los negocios, buscando cómo crecer con inversiones de perspectiva a largo plazo, de la mano de preparación y especialización.

> “Comprométanse, ofrezcan experiencias más que productos. Escuchen las necesidades de sus clientes y acérquense a los expertos. Pregunten por los programas de certificación perfeccionados para el mercado actual”: Marcela Núñez.



www.youtube/noticiasdelcanal

VORAGO ESB-600 PLUS

EARBUDS TOUCH, BLUETOOTH TWS IPX7

Autor: Álvaro **Barriga**

UNA DE LAS APUESTAS MÁS IMPORTANTES DEL FABRICANTE EN ESTA TEMPORADA SON SUS AUDÍFONOS QUE CATALOGAN COMO PREMIUM; ENTRE SUS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS RESALTAN SU SISTEMA TOUCH, SU RESISTENCIA AL AGUA Y SU AISLAMIENTO AL RUIDO.

El Laboratorio de Pruebas de **eSemanal** se dio a la tarea de conocer los audífonos de la marca y estos son los resultados de la evaluación.

Conectar los earbuds con el smartphone, tablet o equipo de cómputo, es muy sencillo, solo basta con seguir unos simples pasos que se indican en el instructivo de uso.

El sonido es de buena calidad sin llegar a ser totalmente nítido, y de acuerdo con el tipo de música y el nivel de volumen que se esté escuchando, el sonido se podría escuchar saturado.

Su chip Bluetooth 5.0 de Qualcomm con tecnología APTX brinda una buena experiencia de uso, al alejarse hasta 10 metros de distancia, entre los audífonos y el dispositivo.

Otro punto a favor es su sistema de aislamiento de ruidos, sobre todo cuando se está en una llamada importante o una videoconferencia. Lo anterior se complementa con su doble micrófono incluido.

La batería de los audífonos permite escuchar hasta 12 horas de música y al cargarlos en su estuche rinde casi el doble de carga; es decir, hasta 24 horas.

El modelo ESB 600 PLUS cuenta con la certificación IPX7 haciéndolos resistentes al sudor y la lluvia.

Sus funciones de táctiles facilitan llamar al asistente de google, cambiar de canción y contestar llamadas.

Contras

Uno de los puntos en contra de los audífonos es la baja calidad de las almohadillas de silicón, lo cual sería bueno que mejorarán en futuros productos, ya que en mi experiencia se llegan a caer cuando se está corriendo o realizando algún movimiento.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

- Frecuencia: 20 KHz
- Chip Bluetooth 5.0 de Qualcomm con tecnología APTX con rango de 10 metros
- Certificación IPX7 (resistencia al agua)
- Hasta 12 horas de música y casi el doble una vez cargados en su estuche de carga
- La caja incluye: cable, estuche cargador, audífonos e instructivo
- Doble micrófono

Aislamiento de ruidos

NOMBRE DE PRODUCTO: ESB-600 PLUS
MARCA: Vorago
MERCADO SUGERIDO: todo tipo de usuario

Facilidad de instalación: ★★★★
Experiencia de uso: ★★★
Funciones: ★★★★
Diseño: ★★★

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

elo
Back to overview
Browse to.
Allymore - 7 Pc. - Dresser, Mirror, Chest & Queen Poster Bed
Price
$1,249
SEND TO EMAIL
Related Products
Clic Aquí
Capacita a tu fuerza de ventas en Soluciones de Autoservicio

LA CLAVE DEL NEGOCIO DE **IOT** ESTÁ EN PERSONALIZAR LA EXPERIENCIA: NEXXT CONNECTIVITY

Texto: Raúl Ortega

• EL FABRICANTE TRABAJARÁ CON SUS PARTNERS, ADEMÁS DE BUSCAR NUEVOS ALIADOS; ESPERA EN 2021 SUMAR 500 CANALES ESPECIALIZADOS.

Con 15 años en el mercado, Nexxt Connectivity amplió su portafolio con soluciones e incorporó productos dirigidos al segmento de IoT (Internet de las cosas), con ello busca ampliar las oportunidades de negocio para la compañía y sus canales, teniendo como punto de origen su Partnership Program para dar respuesta puntual a las necesidades enfocadas a la venta y apostando por integrar para 2021 a 500 canales especializados. La estrategia de la empresa para este nuevo camino que emprendió, está enfocada en avanzar lo más rápido posible para abarcar segmentos de uso de producto en el hogar apoyado a través de los retailers, a propósito de estar presentes en verticales de negocio como educación y desarrollo inmobiliario, así lo detalló Pedro Rivas, Gerente Regional de Ventas para América en Nexxt Solutions Connectivity, en la división de conectividad: “Este es un segmento de negocio que está creciendo a pasos agigantados en Latinoamérica, pero que aún nos queda mucho por avanzar. La compañía está haciendo fuertes esfuerzos para hacer llegar esta solución de IoT y sean fáciles de usar. A través de retailers y atacando verticales de negocio como desarrollo inmobiliario y educación, que no van directamente con el vendedor tradicional, pero así ampliar su presencia en el mercado que ahora necesita mucho del IoT”.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

El usuario final demanda tecnología enfocada a internet de las cosas, en la medida que su infraestructura y ecosistema tecnológico le permite, en razón de ello es que, los productos que soliciten entre un mercado (país) y otro siempre tendrán diversas variaciones, lo cual es importante que los canales tomen en consideración, siendo que la naturaleza del IoT es personalizar experiencias y no sólo masificar soluciones. Dando continuidad a lo anterior, Nexxt Solutions Connectivity desarrolló cuatro líneas que cubren al mercado de IoT como son iluminación, seguridad, energía eléctrica inteligente y appliance.

Partnership Program

Si bien es cierto que, un programa de canales es el punto de inicio de una estrategia comercial para los productos que se busque impulsar, también es cierto que, algunos de estas soluciones son vendidas con mayor facilidad en otras cadenas y no a través del canal, como sucede con los artículos de IoT, aunque lejos de ser una desventaja, esto se puede convertir en un punto de publicidad masiva a favor de los canales, los cuales pueden explotar de forma favorable e integrar el valor agregado (asesoría) por el que siempre se han destacado.

> “Regularmente existe el temor de que el producto se vende en plataformas de retail muy grandes, lo cual genera desconfianza para la competencia, pero nosotros insistimos con nuestro canal de ventas que esto resulta ser algo muy positivo, ya que nos funciona como un escaparate o vitrina para que los consumidores identifiquen el producto, pero se sienten más confiados de llamar a un implementador o a un canal y ahí empieza el negocio para ellos”: Pedro Rivas.

El programa de canales está orientado a entender las necesidades de los clientes y de esta forma, dotar a los canales de display, entrenamientos, webinars de productos específicos y en caso de tener algún requerimiento puntual, el canal se acerca al fabricante para resolverlo, así lo aseguró Rivas: “Nosotros queremos personalizar la comunicación con nuestros canales. No queremos dejar masivamente una estrategia y que les funcione a todos, porque muchas veces el resultado no es el mismo en todos los países. Nosotros queremos saber qué le funciona a cada uno de nuestros clientes. Entendemos las necesidades que requiere cada uno de nuestros canales y apoyarlos de esa forma, en eso se basa nuestra estrategia”.

Asimismo, los productos IoT de Nexxt Solutions Connectivity están disponibles con los mayoristas Intcomex e Ingram Micro, además, el gerente indicó que están arrancado con 30 canales especializados, pero buscan llegar a toda la base de clientes posibles y alcanzar alrededor 500 canales especializados para 2021, esto sin dejar de lado a los que no están especializados, pero que quieran integrarse.

PEDRO RIVAS

QSW-1105-5T de
Qnap

Conmutador de red con cinco puertos de 2,5 GbE, funciones de detección y bloqueo de bucles automáticos y de negociación automática, lo que permite construir o actualizar con facilidad un entorno de red a 2,5 GbE tanto para el hogar como para el negocio.

Descripción

Cuenta con un diseño sin ventilador para ofrecer un funcionamiento silencioso. La construcción ventilada proporciona enfriamiento mientras se mantiene un alto rendimiento.

Características

- Permite aprovechar las ventajas de los NAS de 2,5 GbE y las computadoras de nueva generación
- Cinco puertos RJ45 NBASE-T de 2,5 GbE
- Velocidades de transferencia de 2,5 G/ 1 G/ 100 M
- Optimiza las velocidades de transferencia y el rendimiento de cada dispositivo conectado

contactame@esemanal.mx

contactame@esemanal.mx
55 7360 5651

Dual USB Tipo C Ultra de SanDisk

Gracias al conector reversible USB Type-C y el conector USB tradicional, permite transferir archivos entre teléfonos inteligentes, tabletas y computadoras de forma rápida y sencilla.

Descripción

Dimensiones (largo, ancho y alto) 0.79" x 1.5" x 0.37". Compatibilidad con Windows Vista, 7, 8, 10, Mac OS X v10.6 o posterior, y dispositivos con puertos USB Type-C y compatibilidad en movimiento (On-The-Go, OTG).

Características

- Capacidades 16, 32, 64, 128, 256 GB
- Permite liberar espacio en el teléfono inteligente
- Transfiere archivos con velocidades de hasta 150 MB/s
- Interfaz USB 3.1 Gen 1, SATA
- Conector USB-C, USB-A
- Garantía limitada de cinco años

Disponibilidad

APC, Arroba, CTin, CVA, Importación Digital, Ingram Micro, PCH, Procesadores y Partes (P&P) y Techsmart.

Eduardo.Alexandri@wdc.com

WF-SP800N de **Sony**

Audífonos inalámbricos deportivos con cancelación de ruido. Ofrecen mejorar la experiencia musical con ajuste seguro. Batería de hasta 18 horas de duración.

Descripción

Con clasificación IP55 que brinda protección contra agua, sudor, polvo y arena. Soporte de arco suave y cómodo, diseño curvo tridimensional. Pueden lavarse.

Características

- Estuche de carga
- Hasta 18 horas de reproducción con cancelación de ruido activada y hasta 26 horas sin activarla
- Bluetooth y un diseño de antena optimizado
- Cancelación de ruido y Extra Bass
- Compatibilidad con 360 Reality Audio
- Incorpora funciones inteligentes de audio y control
- Asistente de voz

contactame@esemanal.mx

MARKETING DE CANAL TIC

eSemanal

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

PARA EL CANAL TIC

Anúnciate y conoce los servicios de eSemanal

ventas@esemanal.mx

55 5090 2055 5517040044

AVIXA, EL ALIADO QUE IMPULSA A LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL

LA ASOCIACIÓN APUESTA FUERTEMENTE POR LA RECUPERACIÓN DEL MERCADO AUDIOVISUAL, APOYANDO A LA CADENA DE DISTRIBUCIÓN COMPLETA, QUE INCLUYE A FABRICANTES, DISTRIBUIDORES Y CANALES, ES POR ELLO QUE HABILITÓ CAPACITACIONES Y CERTIFICACIONES PARA AMPLIAR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA LOS TIEMPOS COMPLICADOS QUE SE VIVEN.

Texto: **Raúl Ortega**

AVIXA es una asociación que atiende a la industria de experiencias audiovisuales integradas. Cuando convergen el contenido, la tecnología y el espacio para generar experiencias de tecnología audiovisual.

Las reuniones, donde la tecnología audiovisual participa de una forma activa han afectado la manera de reunirse con las personas, compartir información y comunicarse, por lo que no ha sido diferente para el sector del entretenimiento presencial, recintos deportivos, estadios, espacios con áreas de entrega de experiencias diferentes como los conciertos.

Esto motivó a la asociación a darle un impulso a los negocios que comercializan productos que se relacionan con el sector audiovisual, apoyándolos con capacitaciones y certificaciones, además convertirse en un miembro activo dentro de la organización es sencillo, así lo explicó Sergio Gaitán, Gerente Regional México y Centroamérica en AVIXA: “Al ser una organización sin fines de lucro, realmente tiene que ver más con decisión de la persona o empresa interesada que más que con un filtro de selección. Nuestras puertas están abiertas para todas las personas que quieran formar parte de nosotros. El primer paso sería ponerse en contacto”.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

“Nuestro esquema de membresías es muy sencillo. Hay dos categorías: individuales y empresariales. La primera es para personas que son freelance, profesores o quienes comienzan con un proyecto y la membresía tiene diferentes recursos como la educación. Además, existe una membresía Basic completamente gratuita para comenzar a conocer sobre la industria. Las membresías arrancan desde 25 dólares a nivel individual para un estudiante o 250 dólares para una empresa de forma anual, lo que les permite que todo el staff tenga acceso a educación”: Sergio Gaitán.

Regularmente AVIXA realizaba ferias para incentivar al mercado, pero debido a las medidas de seguridad en temas de salud, ha sido imposible llevarlo a cabo este año, sin embargo, ya están trabajando en el Congreso Iberoamericano AVIXA que tendrá lugar del 20 al 23 octubre, donde se compartirán ideas de más de 3 mil profesionales de la industria.
Pese a ser una asociación sin fines de lucro, AVIXA también se ha visto afectada a consecuencia de la pandemia, y es que si bien, no reciben dinero, si perciben el ambiente económico de las empresas que dedican o están inmersas en esta industria. Es así que, presentó un panorama general con su reporte IOTA 2020.

IOTA 2020: La aceleración de tendencias será clave para el repunte

- **2019:** Ingresos por 93 mil millones de dólares.
- **2020:** Disminución del 8% con respecto al año anterior, cerrando en 86 mil millones de dólares.
- **2025:** Se espera una sólida recuperación y rápida, con un primer repunte en 2021. Mientras que, en 2022, los ingresos de la industria crecerán a 95 mil millones de dólares y alcanzarán los 108 mil millones de dólares en 2025.

SERGIO **GAITÁN**

Cabe mencionar que, también hubo algunas soluciones lejos de debilitarse a causa del confinamiento, se fortalecieron debido a la naturaleza de sus productos, entre los que se incluye educación, seguridad/vigilancia, conferencias/colaboración, lo cual cruza por eje de la preservación de la salud, así lo detalló el ejecutivo: “La cantidad de fabricantes que ampliaron sus líneas de negocio y comenzaron a vender cámaras infrarrojas, sistemas de detección de temperatura e integrándose con soluciones más amplias, creció de una manera importante. Debido a que anteriormente un centro comercial, un corporativo o un hotel, no tenían la necesidad de tener este tipo de tecnologías”.
El mercado ha sido complejo durante el último tiempo, pero ello no quiere decir que no se abran oportunidades en otras vertientes que los canales puedan aprovechar, es por ello la importancia de estar preparado con el conocimiento y las credenciales (certificaciones) suficientes para no dejar escapar negocios que les ayuden a caminar de forma firme durante los tiempos actuales y eso lo garantiza las capacitaciones y certificaciones que AVIXA entrega al mercado.

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

FELICITA

Lunes 19

KENIA ALEXANDRA ALARCÓN CABRAL, ADMINISTRADOR EN INDIGO CENTRAL DE ELECTRÓNICOS

OLIVIA CASTAÑÓN, ACCOUNT VICEPRESIDENT EN PORTER NOVELLI

Miércoles 21

ALEJANDRO CORONA, DIRECTOR DE MERCADOTECNIA EN ASPEL

EATON POWER QUALITY POR SU 109 ANIVERSARIO

ICOPTIKS POR SU 12 ANIVERSARIO

TULIKO POR SU 12 ANIVERSARIO

Viernes 23

FERNANDA FLORES ALMARAZ, CHANNEL MARKETING LATAM EN ELO TOUCH

LUIS LÓPEZ MÁRQUEZ, DIRECTOR GENERAL DE GRUPO LOMA

Sábado 24

CARLOS SANDOVAL REYES, CEO DE MINNO

DARÍO GUERRA, GERENTE COMERCIAL SUCURSAL GUADALAJARA EN PCH MAYOREO

MARCOS RUIZ, GERENTE DE MARKETING MÉXICO Y L.A. EN MIDEA

RAFAEL FERNÁNDEZ CORRO, VP AMERICAS ENTERPRISE EN BRITISH TELECOM

RAFAEL LARA VEGA, GERENTE REGIONAL OCCIDENTE-BAJÍO EN IC INTRACOM

OCTUBRE 2020

TECHZONE BUSCA QUE EL CANAL INCREMENTE SUS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Texto: Anahi Nieto

COMPRENDER CUÁLES HAN SIDO LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS DESDE QUE COMENZÓ LA PANDEMIA HA SIDO LA ESTRATEGIA QUE TECHZONE HA LLEVADO A CABO PARA DAR CONTINUIDAD A SU NEGOCIO, Y PODER BRINDAR A LOS CANALES HERRAMIENTAS PARA SEGUIR GENERANDO VENTAS.

Las compañías de diferentes sectores se han visto en la necesidad de buscar la manera de continuar trabajando para conservar sus negocios, lo que ha significado una evolución constante en su "nueva realidad".

En el caso de TechZone, marca perteneciente a Ginga Group, han tenido que ser capaces de evolucionar a fin de satisfacer las necesidades que los usuarios han enfrentado durante los últimos meses, de acuerdo a lo expuesto por Francisco Romero, Director Comercial de la firma.

El directivo explicó a **eSemanal** la complejidad que tuvo el Back to School este año, puesto que se cayó en un 90% la venta de productos escolares, línea importante para la marca donde cuenta con productos como mochilas, loncheras o lapiceras, entre otros.

FRANCISCO **ROMERO**

A pesar de la caída en los productos escolares, Romero resaltó el repunte que, por el contrario, tuvo su área de tecnologías de la información y accesorios de cómputo, debido al home office y a las aulas virtuales.

Ya que las PyMEs necesitaban reactivarse y dar continuidad a sus negocios, comenzaron a adquirir nuevas herramientas de trabajo, por lo cual se detonó la venta de accesorios como webcams, diademas, mouses, teclados, entre otros productos, para tener una oficina más cómoda en casa.

De igual forma, con el regreso a clases virtual, se generó un desabasto de equipos de cómputo, y las laptops se agotaron en casi todos los medios, dicha hiperdemanda ha puesto en jaque la capacidad de entregar máquinas nuevas y reacondicionar los equipos viejos.

Debido a que los productos de TechZone también se agotaron, el fabricante comenzó a renovar su oferta, lanzar nuevos productos, procurar la disponibilidad y lanzar precios competitivos para que los canales pudieran abastecer las necesidades del mercado.

El directivo hizo énfasis en el repunte sobresaliente que tuvieron las ventas por medio del ecommerce de sus clientes, así como las ventas en retail; en cuando a las ventas mediante canales de distribución, éstas se vieron afectadas, ya que atienden a PyMEs, uno de los sectores más afectados durante esta pandemia.

Final próspero del 2020

Romero explicó que los últimos meses del año se vislumbran con mayores proyectos, debido a que la economía poco a poco ha iniciado a recuperarse, lo que genera nuevas oportunidades de negocio para ecommerce, retail y los canales de distribución.

TechZone ha buscado permanecer cerca con su canal de distribución y esperan tener buenas ventas durante El Buen Fin, que se prevé, durará dos semanas.

Además, el anuncio por parte del Gobierno sobre incrementar en un 60% el gasto en tecnología en el siguiente año también es una noticia favorable, en especial para los canales, ya que ellos atienden a este sector.

A pesar de que algunos canales tuvieron que cerrar sus negocios, Romero identifica que han surgido nuevos distribuidores, a raíz de personas que perdieron sus empleos y han encontrado la forma de hacer negocios al comercializar tecnología, por ello, el directivo prevé que 2 mil nuevos partners se vuelvan jugadores en la Industria y generen más oportunidades.

“Agradecemos a los partners que nos han permitido acompañarlos en sus negocios, somos una marca comprometida con ellos y continuaremos buscando la forma de poner a su disposición nuevas oportunidades, con productos competitivos y de calidad. Si no han trabajado con nuestras marcas, denos la oportunidad de acercarnos, tenemos una historia de muchos años de éxito con el canal”, concluyó el directivo.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

ahora más en contacto contigo a través de WhatsApp

55 7360 5651

Conoce nuestras estrategias de marketing digital para el canal TIC

www.youtube/noticiasdelcanal

ISSA ROBUSTECE SU PORTAFOLIO Y OPORTUNIDADES EN SEGURIDAD

Autor: Anahi **Nieto** / Raúl **Ortega**

- LA EMPRESA OFRECE UTILIDADES DEL 20% EN VENTA DE EQUIPOS Y 15% MENSUAL POR SERVICIO DE MONITOREO
- ACTUALMENTE, ESTÁN RECLUTANDO CANALES ENFOCADOS A SEGURIDAD

El mayorista ha realizado esfuerzos de la mano de sus partners con la intención de ampliar su gama de productos y diversificar las opciones de negocio que actualmente el mercado demanda, motivo de ello, incluyó una nueva línea de seguridad residencial con la marca Ai SmartHouse, enfocado a la protección de oficinas y residencias.

En la actualidad el mercado TI ha sido incierto para todos los actores que confluyen en la cadena de distribución, es por ello que ISSA ha buscado alternativas o bien, apostar por sectores que mantienen su crecimiento e incluso, en algunos casos, sus ventas repuntaron con motivo de la pandemia, como ha sido el caso de la seguridad.

Es importante destacar que la empresa se alinea, y respeta en su totalidad, al modelo de negocio y distribución, es así que, sus ventas se realizan a través del canal. En la actualidad, debido a la integración de una nueva marca en su portafolio y que está enfocado al sector de seguridad, ISSA se ha dado a la tarea de reclutar canales nuevos, así lo explicó Jaime Castro, Director general de ISSA: "Estamos en la fase de reclutamiento de canales para seguridad de Ai SmartHouse y también de una solución de respaldo de datos llamada Retrospect, que es un software con la cual se pueden hacer respaldos multiplataforma de

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

"SOMOS UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE COMERCIALIZACIÓN, MARKETING A LAS DIVERSAS MARCAS Y EN ALGUNOS CASOS COMO TRENDNET ACTUAMOS COMO MAYORISTA O DISTRIBUIDOR MASTER EN LA LOGÍSTICA DE LOS EQUIPOS EN MÉXICO. TENEMOS A MARCAS COMO RETROSPECT, AI SMARTHOUSE Y TRENDNET": JAIME CASTRO.

JAIME CASTRO

cualquier tamaño de empresa". Además, el directivo agregó: "Estamos buscando canales que tengan un perfil de atención al mercado residencial".

Oportunidades

El campo de potenciales oportunidades para los canales focalizados en seguridad se ha incrementado, en respuesta a los tiempos que se viven, y con las herramientas que ofrece Ai SmartHouse a través de ISSA, se amplía el margen de acción para que los canales comercialicen diversos productos, ya que estas soluciones se componen de tres insumos.

EL NEGOCIO DE LA SEGURIDAD CON AI SMARTHOUSE E ISSA

Hardware: Equipos que se conectan internet y consta de un panel central, cámaras de videovigilancia, sensores de apertura de puertas, sensores de movimiento, sensores de humo, etcétera.

Aplicación para teléfono móvil: El usuario puede armar y desarmar su sistema de seguridad al momento de llegar o salir de casa. Recibe alertas y es posible monitorear el lugar.

Servicio de asistencia en call center: En el momento que se enciende una alarma llega al call center y de ahí se ejecutan una serie de acciones como: el envío de vehículos de emergencia, llamar a un contacto adicional y avisar de lo sucedido.

Las opciones de negocio que otorga el mayorista permiten generar rentabilidad continua a los canales, ya que si bien, se les entrega un porcentaje por la venta del equipo, lo más importante está en el margen de utilidad que genera de forma mensual, los servicios adicionales que se incluyen en seguridad.

"EL NEGOCIO PARA LOS INTEGRADORES ESTÁ CON EL 20% DE MARGEN EN LA VENTA DEL EQUIPO Y EL 15% DE LA RENTA MENSUAL DEL SERVICIO DE MONITOREO, POR TODO EL TIEMPO QUE DURE ESE CONTRATO": DIRECTOR GENERAL DE ISSA": DIRECTOR GENERAL.

Por otra parte, la compañía también contará con un programa de beneficios y estará disponible a finales de octubre, por lo cual los canales deberán estar pendientes para evaluar los incentivos que se ofrecerán, esto sin contar las capacitaciones online que ya otorga ISSA.

NVIDIA Y PRIMX DENTRO DEL PORTAFOLIO DE MAPS

Autor: **Raúl Ortega**

www.youtube/noticiasdelcanal

•EN LOS ÚLTIMOS DÍAS, EL MAYORISTA DE VALOR HA DADO A CONOCER LAS ALIANZAS QUE REALIZA A FIN DE BRINDAR A SUS PARTNERS UN PORTAFOLIO MÁS ROBUSTO Y CON SOLUCIONES INTEGRALES QUE LOS AYUDEN A GENERAR OPORTUNIDADES.

EMILIO TAMEZ

NVIDIA va por una red de canales Elite

El objetivo de la alianza consiste también en conformar en conjunto una red de canales Elite capacitados para desarrollar cómputo de alta calidad e innovación, para ello, les brindarán diversos apoyos, entrenamientos por industrias, a fin de que los socios puedan abordar negocios en torno a Inteligencia Artificial, Robótica y Súper Cómputo.

PRODUCTOS DE NVIDIA DISPONIBLES CON MAPS

–AGX
–DGX
–EGX
–HGX
–RTX

Emilio Tamez, Director de Negocio Enterprise de NVIDIA México, explicó, durante una rueda de prensa virtual, que el portafolio de la firma puede colocarse en sectores como bancos, energético, entretenimiento, industrial, manufactura, medios, retail, petrolero, ente otros.

Parte de los apoyos que los canales encontrarán a raíz de la alianza serán entrenamientos, programa de canales, apoyo en la generación de demanda, desarrollo de oportunidades, certificaciones y más.

"Invitamos a los partners a que se acerquen, los entrevistaremos, trabajaremos con ellos para ver de qué forma les haga sentido la oferta en su portafolio", comentó Tamez. Al final del año esperan reclutar a 30 socios a nivel nacional, quienes necesitarán contar en su equipo con dos personas dedicadas a ventas y dos más para atender los aspectos técnicos.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

"La IA no es una vertical, es una horizontal, por ello, es un gran reto, es muy nueva y su evolución es muy rápida; sin embargo, tiene aplicaciones en todos lados, por lo cual es una oportunidad gigantesca", dijo Martín Mexía, Director General de Maps. Agregó que dicha tecnología, junto al Big Data son fundamentales para la transformación digital de todos los sectores.

MARTÍN MEXÍA

PRIMX, una solución sin competencia en México

La empresa francesa, con más de 17 años en la industria y más de un millón 500 mil licencias vendidas, trae por primera vez a México, de la mano de Maps, soluciones de ciberseguridad enfocadas a la encriptación de datos.

Debido a que la información en la actualidad posee un valor fundamental para las personas, ésta se debe proteger contra la pérdida, robo o espionaje, y como valor adicional para los partners que deseen comercializar el portafolio, en México no existe tanta competencia en este tipo de soluciones.

"Confiamos en el cifrado para proteger los archivos digitales de forma preventiva y cumplir con las normas vigentes, por medio de nuestro portafolio es posible proteger cualquier archivo en todas partes todo el tiempo", explicó Coralyne Bonaldi, Regional Business Developmente en PRIMX, "para lograr el objetivo, la protección debe ser global, transparente, sin interacción con los usuarios, automática y administrada por políticas de seguridad".

CORALYNE BONALDI

Las soluciones del desarrollador son, según se mencionó, flexibles y capaces de dar respuesta a todo tipo de empresas, de cualquier tamaño y con cualquier infraestructura, en todos los sectores donde exista información sensible.

Buscan aliados que generen proyectos y, a la vez, sean capaces de brindar consultoría y soporte, para ellos ofrecerán apoyos como ingresos recurrentes, rebate, oportunidades de cross-selling en su portafolio, acompañamiento, demostraciones virtuales, demos gratuitas, capacitaciones, inversión compartido en actividades de marketing, entre otros.

www.youtube/noticiasdelcanal

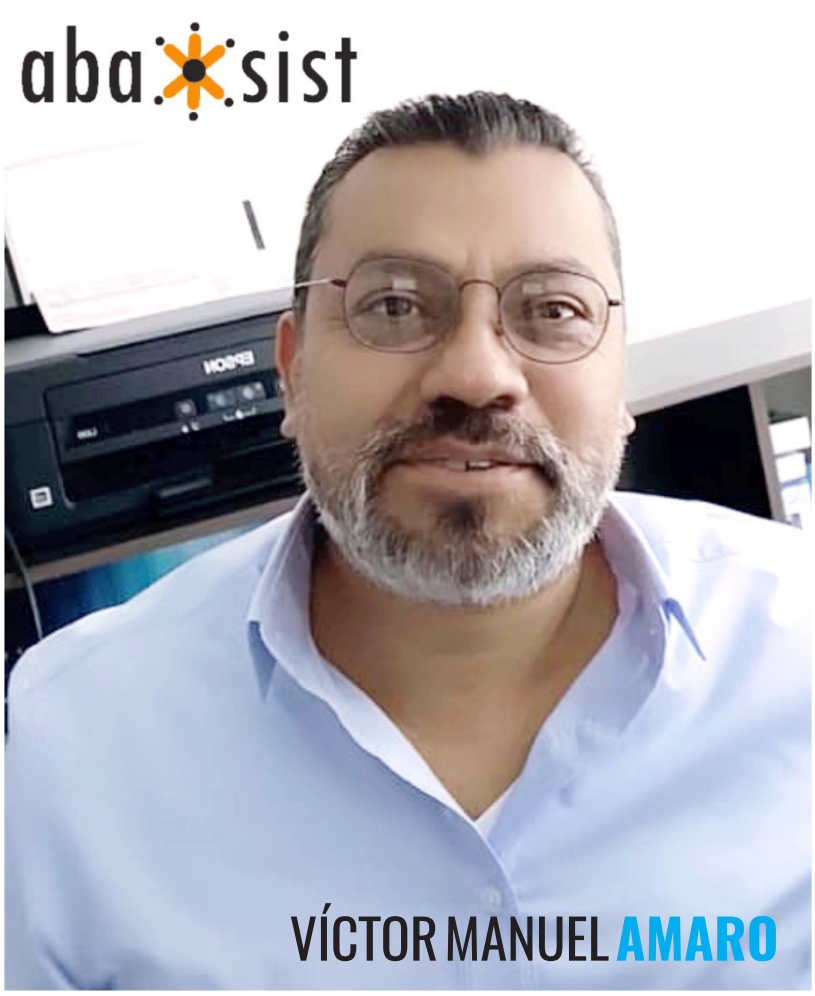
EL NEGOCIO PERSONALIZADO DE **ABASIST** ES UN DIFERENCIADOR **EN EL MAYOREO**

Autor: Anahi **Nieto** / Raúl **Ortega**

•OAXACA Y CUERNAVACA, SON LAS OPCIONES PARA LA NUEVA SUCURSAL DE ABASIST.

Siendo mayorista con 12 años de existencia, Abasist no se diferencia de su competencia directa por los volúmenes de ventas o mercancía, sino que se abocan a preservar un trato más cercano, personalizado y cálido con sus canales, a tal grado, que el mismo mercado se lo reconoce.

La compañía cuenta con equipos de cómputo pensados para diversos tipos de público, entre los que se incluyen Onyx, hardware de gama baja y Owning, equipos de alta gama; el contar con ambos formatos permite estar en concordancia con los principios de atención personalizada de la empresa, así se refirió al tema Víctor Manuel Amaro, Director General de Abasist: "por medio de estas marcas, nosotros hacemos 'trajes a la medida' a nuestros canales. El distribuidor nos dice cómo quiere sus máquinas (para revenderlas) y nosotros las fabricamos y enviamos. Ese es nuestro core de negocios, además de accesorios, impresión, laptops, servicio, reparación de equipos y buscamos diversificarnos más en servicios".



“EL 90% DE NUESTRAS VENTAS SIGUEN SIENDO PERSONALIZADAS, LO CUAL GUSTA MUCHO EL TRATO HUMANO. TENEMOS PLANES DE EXPANSIÓN PARA MÁS ADELANTE, MIENTRAS TANTO TODO LO MANEJAMOS DESDE PUEBLA. ADEMÁS DE NUESTRA ATENCIÓN PERSONALIZADA, TENEMOS EL ÁREA DE GARANTÍAS CON LA QUE SIEMPRE BUSCAMOS AYUDAR”· VÍCTOR AMARO.

Panorama post pandémico

Abasist comercializa sus productos apoyándose de sus casi 2 mil canales de distribución, alrededor de la República Mexicana, pero esta relación de fidelidad entre mayorista y distribuidores está cimentada en incentivos que, la marca acerca a sus partners como son: accesibilidad de precios, instrucción técnica, comercial y capacitaciones. Aunque trabajaron de cerca con su ecosistema de socios, Abasist también sufrió los embates de la pandemia y en consecuencia los estragos económicos que ésta dejó; sin embargo, han sabido sortear las dificultades y ya están en proceso de recuperación, Amaro habló de ello al respecto: “tuvimos una baja de ventas del 45% durante marzo, abril y mayo. En junio empezamos a recuperarnos y en julio, agosto y septiembre vamos repuntando bien, encausados a lo que tenían programado”.

Desde luego, un tema fundamental, y más ahora, cruza por consolidar una estrategia bien definida respecto al impulso de ventas con los distribuidores y para ello el mayorista ha dispuesto de un área de atención a clientes de manera directa, esto desde luego, con todas las medidas de precaución. Han conseguido ofertas de mercancía para que los clientes obtengan un retorno de su inversión lo más pronto posible y también ofrecen líneas de crédito.

“ESTAMOS CONFIADOS EN LLEGAR, POR LO MENOS, LOS ÚLTIMOS SEIS MESES DE ESTE AÑO, CUMPLIR AL 90% NUESTRAS METAS QUE TENÍAMOS PROGRAMADAS Y EN EL 2021 TENEMOS PLANES DE ABRIR UNA SUCURSAL EN OAXACA O EN CUERNAVACA”· VÍCTOR AMARO, DIRECTOR GENERAL DE ABASIST.

El directivo agradeció la preferencia y confianza que han depositado en ellos, asimismo, reiteró su compromiso y apoyo a los canales de distribución y aseguró: “tenemos muy buenas promociones, equipos, contacto directo con las marcas y al ser un mayorista compacto, la atención con nuestros clientes es más profesional”.

En TIBCO NOW, la compañía dejó en claro su compromiso con clientes y canales

LAUREANO LEYVA, DIRECTOR GENERAL DE TIBCO LATINOAMÉRICA, RESALTÓ ALGUNOS DE LOS MENSAJES MÁS SOBRESALIENTES DEL EVENTO QUE REÚNE A CANALES Y CLIENTES A NIVEL MUNDIAL, MÁS IMPORTANTES DE LA COMPAÑÍA.

Autor: **Álvaro Barriga**

LAUREANO LEYVA

Fundada en 1997, con oficinas centrales en Palo Alto, en Silicon Valley, la marca cuenta con más de 3500 empleados y oficinas en más de 30 países, registra más de un billón de dólares anuales. En el caso específico de Latinoamérica, tienen presencia en 22 países con más de 2000 clientes, muchos de ellos con el core y el ADN de la marca que fue la integración. La estrategia para la región es crecer arriba del 10% del revenue anual de TIBCO. Cuentan con dos oficinas, una en Sao Paulo, Brasil, otra en Guadalajara y una más en Ciudad de México, con nueve ejecutivos de venta distribuidos en los dos países.

Entre sus principales clientes se encuentran bancos, aseguradoras, empresas de telecomunicaciones, revendedores, manufactureros, empresas de logística y aerolíneas, "Banco Azteca y Grupo Salinas son nuestros clientes, así como Grupo Xcaret, quienes usan nuestra tecnología para brindar una mejor experiencia", afirmó Leyva.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

TIBCO NOW

En esta ocasión, el evento más importante de la compañía se llevó a cabo de manera virtual; hablaron de que 2020 ha sido un año diferente con retos interesantes para la empresa, y este año resaltaron TIBCO Innovation, donde abordaron cómo ven los retos de sus clientes y de los clientes de sus clientes, para tener una visión diferente y tomar ventaja de lo que ha sucedido con los canales digitales y poder innovar en conjunto con ellos.

Presentaron diversas aplicaciones y herramientas sobre la pandemia y cuál es la mejor manera de retomar las actividades escolares y profesionales.

TIBCO también anunció su programa educativo que no solo le permite a los participantes tomar entrenamientos y actualizaciones de sus productos, sino también certificarse, ya que es muy importante que las compañías cuenten con personal altamente capacitado con consultores.

Conectar, predecir y unificar

También se habló de los tres pilares que la compañía utiliza: conectar, predecir y unificar, se trata de conectar dispositivos, personas, fuentes de información que les permitan interconectar; es decir, disponer de aplicaciones para que puedan operar en tiempo real, intercambiar información para después unificar de tal forma que se tenga una sola fuente de información que habilite a los consumidores de esta información, sin tener que pasar por diferentes canales o utilizar diferentes tecnologías, sino que les permite tener un solo frente para obtener la información y después predecir, con un concepto que denominan Analítica Hiperconvergente, el cual los analistas lo ubican como la analítica del presente y mediano futuro, porque permite tener datos en reposo, interconectados con datos que están operando en tiempo real y con ello habilitar a los clientes y a las empresas para poder predecir y tener un eslabón más en la cadena que es prescribir.

Oportunidades para el canal

Actualmente la compañía está reclutando socios a quienes ayuda no sólo mejorar su oferta de servicios, sino a la venta de software, y es que los canales significan un gran apoyo para la marca. Por ello lanzó la iniciativa Customer Excellence, un programa con el que provee información a los partners para garantizar el éxito de cada proyecto.

Cabe destacar que el programa de canales del fabricante incluye incentivos para los partners que aporten nuevos clientes y también a quienes revenden la solución. Si el canal identifica una oportunidad, pero no puede hacer la implementación, se le da una recompensa. El margen es mayor para quien vende el licenciamiento y entrega servicios profesionales.

Partner Excellence Awards 2020

Dentro de TIBCO NOW 2020 se dieron a conocer los premios que reconocen a los socios innovadores que brindan las tecnologías de la marca y hacen posible la innovación empresarial sustentable dentro de los negocios de sus clientes, así como a quienes continúan brindándoles experiencias y servicios excepcionales.

Este año el Socio de América Latina del Año le fue otorgado a Alldatum Business, compañía que dirige Esther Riveroll, quien se ha distinguidor por ofrecer valor a los clientes con un enfoque práctico, acompañándolos en su trayecto hacia una transformación digital exitosa.

www.youtube/noticiasdelcanal

INGRAM VIRTUAL EXPERIENCE 2020

• HASTA 5 MIL ASISTENTES PRESENTES EN EL IVX20

Autor: Anahi Nieto

A fin de mantener la cercanía con su canal y darles a conocer las novedades, tendencias y oportunidades que hay en el mercado, se llevó a cabo el Ingram Virtual Experience 2020 del 5 al 9 de octubre.

Con la participación de más de 80 speakers, el IVX20 arrancó con la bienvenida por parte de Luis Férez, Vicepresidente y Director Ejecutivo para México, Perú y Colombia para Ingram Micro, quien señaló que su portafolio se centrará en espacios modernos de trabajo, cloud, IoT y ciberseguridad, para los sectores de logística, manufactura y hogar.

Este cambio en su estrategia responde al objetivo de capitalizar las oportunidades que han surgido durante "la nueva normalidad", y para ello, las capacitaciones tecnológicas tendrán una mayor relevancia, para que los distribuidores sean capaces de cerrar proyectos.

Por su parte, Gerardo Romero, Director de Go to Market para Ingram Micro México, detalló la diferencia donde el mayorista hizo hincapié entre el negocio transaccional y el de soluciones, que involucran tecnologías disruptivas donde darán al canal las herramientas necesarias para que esté a la par de la acelerada transformación digital que se vive en la actualidad.

El directivo agregó que el evento tendrá continuidad los próximos 4,5 y 6 de noviembre, para seguir brindando a los socios contenido valioso respecto a las nuevas tendencias estratégicas.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

Pandemia y negocio

A pesar de tener un Q2 complicado, en el que hubo una reducción del 13% a los canales que son clientes del mayorista, y un Q3 impactado por el Coronavirus, Férez explicó que Ingram Micro es una empresa con un portafolio robusto y diverso, por lo cual se han enfrentada a segmentos donde el negocio ha sido crítico, y otros que incluso han tenido crecimientos significativos y sin bajas en la participación del canal, como Cloud, con un aumento del 50%, por ejemplo.

Por ello, los directivos esperan un Q4 positivo en el que puedan cubrir la demanda y la expectativa; además, los diferentes segmentos comienzan a normalizarse, incluso en Gobierno se avanza con las licitaciones, esto por una lado; por el otro, los canales que se reactivan comienzan a sumarse a los negocios nuevos con soluciones, y dejan atrás el negocio tradicional.

"En un par de meses, la mayoría del canal estará activo nuevamente entregando soluciones y productos a los usuarios", dijo Luis Férez.

Las nuevas oportunidades también se encuentran en los modelos As a Service, ya que no requiere una fuerte inversión, principalmente con infraestructura y software; por tal razón, el mayorista tiene alianzas estratégicas con IBM y Microsoft, donde prevén crecimientos de triple dígito en infraestructura.

Ingram se dijo empático respecto al tema de liquidez por parte de sus clientes, por lo cual, con los partners que enfrentaron dificultades en los últimos meses, se evaluaron sus cuentas y su historial de comportamiento, se extendió su plazo y se amplió la línea; dando como resultado a más de mil clientes a quienes se les cambiaron las condiciones de crédito.

Otros apoyos que han puesto a disposición de los canales han sido la capacitación virtual, servicios y soluciones financieras propias, y más de 15 alternativas distintas de arrendadoras y bancos que pueden brindar crédito, un área de pre y posventa, y otra de servicios profesionales, ofrecen soporte y sesiones de negociación, además de promociones.

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL

ESPECIAL PARA EL CANAL TIC

SOLICITA DEMOSTRACIÓN

ventas@esemanal.mx

(55) 5090 2055 (55) 7360 5651

www.youtube/noticiasdelcanal

EXPONE IDC EL FUTURO DEL TRABAJO Y EL PAPEL DEL GOBIERNO EN LA ADOPCIÓN DE TECNOLOGÍA

Autor: Anahi **Nieto**

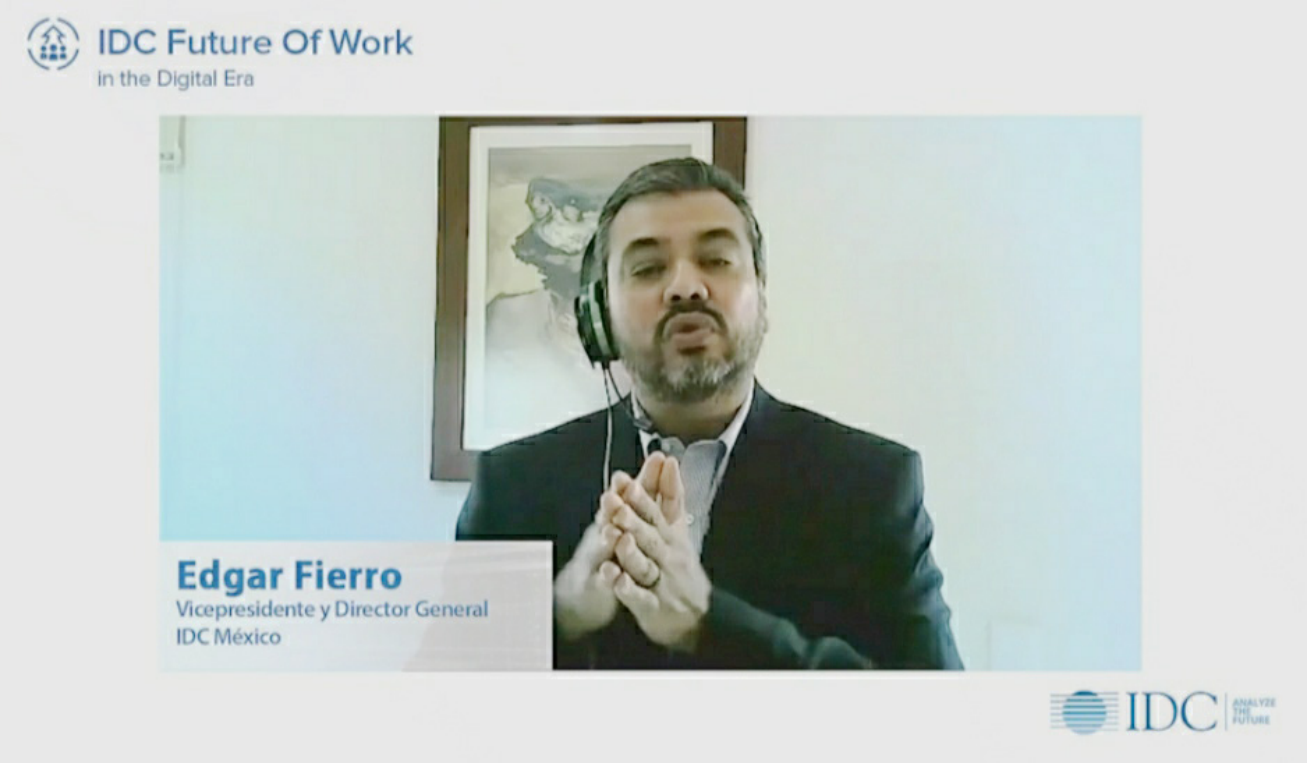
LA FIRMA HA DADO A CONOCER A TRAVÉS DE EVENTOS VIRTUALES LA NECESIDAD DE ADAPTARSE A "LA NUEVA REALIDAD", COMENZANDO POR EL TRABAJO REMOTO, PARA ELLO, EL GOBIERNO SERÁ UN ENTE FUNDAMENTAL EN EL FUTURO DEL PAÍS.

Una mirada hacia el futuro laboral

Durante el "Seminario virtual: El futuro del trabajo", Edgar Fierro, Director General de IDC México, explicó que el retorno a "la nueva normalidad" será hibrido, donde permanecerá una gran parte del modelo actual, además, expuso, se generarán una mayor cantidad de empleos que se transformarán.

Por su parte, Jay Gumbimer, Vicepresidente de Investigación en IDC Latinoamérica, dijo que en la transformación de los empleos influirán la cultura, el espacio y la fuerza. La forma de reclutar a los colaboradores también cambiará, así como el concepto de "home work".

Los analistas de la firma han identificado que existe una creciente demanda de tecnologías, comenzando por un aumento en las soluciones enfocadas a videoconferencias, además, más del 62% de las organizaciones vieron un aumento en la seguridad, 30% de tráfico en redes fijas, 56% en la demanda de servicios en la nube, y más del 40% continuarán por ese camino, de acuerdo con Diego Anesini, Director de Investigación en IDC Latinoamérica.



30% DE LOS EMPLEADOS CONTINUARÁN TRABAJANDO DESDE CASA A NIVEL MUNDIAL.

En tanto, Paola Soriano, Directora de Consumo y Dispositivos Comerciales en IDC América Latina, resaltó la importancia que representa tener un balance y convergencia entre la rutina del hogar y la del trabajo, así como mejorar las condiciones del colaborador y las operaciones por medio de tecnología, apoyándose en el incremento de la conectividad, las redes inteligentes, la inteligencia artificial, machine learning, la seguridad y nube.

Gobierno: papel fundamental en la adopción tecnológica

A raíz del anuncio federal por incrementar en más del 60% el presupuesto en tecnología respecto al año pasado, analistas de IDC destacaron la capacidad que existen en la industria por habilitar y transformar procesos.

Durante la décimo quinta edición de la Cumbre de Gobierno y Tecnología 2020 IDC participó Juan Pablo Botton, Administrador General de Planeación en el Servicio de Administración Tributaria (SAT), quien expuso los retos tecnológicos que enfrenta la institución, como aumentar la eficiencia recaudatoria, combatir la corrupción, y disminuir la evasión fiscal.

El directivo agregó que los modelos matemáticos han ayudado, así como el fortalecimiento de su seguridad, lo cual ha ayudado a tener mejores controles de acceso; sin embargo, al ser un mundo tecnológico tan cambiante, es un gran reto estar a la vanguardia.

En el encuentro también se comentaron diversas iniciativas que tienen como fin establecer un Gobierno inteligente el cual pueda manejar la luz, transporte, basura, y aire, y generar ahorros.

En tanto, Roberto Martínez Yllescas, Director del Centro de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico) en México y América Latina, dijo que aumentará la pobreza en la región en un 4.4%, aunado a que el 40% de los trabajadores no tienen acceso a protección social y han estado desprotegidos ante los estragos de la pandemia. Por ello, es necesario que los gobiernos hagan uso de las herramientas tecnológicas, no sólo para responder a la urgencia sanitaria, sino para cerrar la brecha digital y brindar las herramientas para capacitarse y disminuir la vulnerabilidad social.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

PROSPECCIÓN Y GENERACIÓN DE DEMANDA BRINDA HITACHI VANTARA A SU CANAL

Texto: **Álvaro Barriga**

• LA MARCA IMPULSA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EMPRESARIAL
• VIRTUAL STORAGE PLATFORM (VSP) HASTA DOS VECES MÁS RÁPIDO -OPERACIONES POR DEBAJO DEL MILISEGUNDO-, CONSOLIDA MÁS CARGAS DE TRABAJO Y FACILITA UNA ESTRATEGIA EN LA NUBE PARA MODERNIZAR EL CENTRO DE DATOS

Alejandro Lomelín, Director General de Hitachi Vantara en México, aseguró que después de la pandemia mundial derivada del virus SARS CoV-2, muchas empresas ya no regresarán a la oficina y en muchos casos el trabajo en casa será por omisión, aunque quizá en Latinoamérica será en menor escala, debido a que nos gusta el contacto social.

Explicó que la enfermedad COVID-19 ha afectado la manera en que se distribuía el trabajo, dando paso a la comunicación y colaboración a distancia como un nuevo paradigma en el entorno laboral. En la actualidad, los Chief Information Officer (CIO) y gerentes de tecnología se centran en cuatro principales tópicos: Resiliencia versus Habilidades, Colaboración, Ciberseguridad y la Transformación Digital.

Explicó que la marca impulsa esta transformación con su portafolio de infraestructura convergente e hiperconvergente, así como soluciones de operaciones de datos inteligentes, servicios profesionales y modelos de consumo flexibles.

Resaltó que Hitachi es el único fabricante que ofrece una garantía de disponibilidad de datos del 100%, lo que representa ser un socio ideal para clientes con requisitos de requerimientos de TI de misión crítica y distribuidos. También dijo que brindan una variedad de opciones a los clientes en términos de lo que compran, lo que consumen y cómo lo pagan; ya sea por una infraestructura de escalamiento horizontal o vertical, infraestructura como un servicio completamente administrado; infraestructura en su propio centro de datos, en un centro de datos asociado o en un centro de datos de Hitachi; o infraestructura con un pago total de capital, en un plan de financiamiento o como un servicio completamente administrado con un modelo de facturación de "pago por uso".

HVSP

La línea de sistemas empresariales Hitachi Virtual Storage Platform (VSP) está diseñada para funcionar hasta dos veces más rápido, consolidar más cargas de trabajo y facilitar una estrategia en la nube para modernizar el centro de datos. Los sistemas VSP están respaldados por la única garantía de disponibilidad de datos del 100% de la industria, servicios de protección de datos y el análisis de la nube disponible. Todo esto garantiza que las operaciones del centro de datos se mantengan funcionando.

La nueva arquitectura de memoria y los algoritmos de E/S con reconocimiento de flash ofrecen un rendimiento hasta dos veces mejor, y una latencia 25% menor con hasta el 71% más de IOPS provistos por núcleo de CPU. Estas mejoras ofrecen operaciones por debajo del milisegundo, incluso con cargas pesadas y permiten que un solo VSP serie F consolide más cargas de trabajo.

Además de almacenamiento, Hitachi Vantara cuenta con soluciones como Infraestructura convergente e Hiperconvergente, Gestión de Operaciones, Protección de Datos, Internet de las Cosas (IoT), Administración y análisis de datos e Inteligencia de video; y atienden mercados de diversas industrias como banca, comunicaciones, energía, manufactura, servicios financieros, gobierno, retail, ciencias biológicas y atención médica.

Asimismo, su tecnología ofrece diferenciales como compatibilidad con cualquier marca de servidor, sistema operativo y sistema de conectividad. Además de ser el único proveedor del mercado cuyos discos cuentan con procesamiento y memoria interna (tecnología FMD), ayudando en el procesamiento y ejecutando las tareas más rápidamente. Adicional a su tecnología Hi-Track que permite hacer análisis predictivo de fallas para no detener la operación del cliente.

Apoyos al canal

Desde que inició la pandemia, la marca ha trabajado con los canales haciendo prospección de nuevos clientes; al principio les empezó a costar trabajo debido a que en sus bases de datos tenían el teléfono del conmutador o el de la oficina y no necesariamente les respondían los socios, entonces lo hicieron al revés, donde los canales tienen clientes y prospectos y de pronto sí tenían acceso a los teléfonos celulares, entonces les propusieron tomar esa base de datos y Hitachi Vantara hacer la prospección telefónica por medio de un call center que les ayuda a eso. Entonces se hicieron las llamadas a nombre del fabricante y del canal.

En términos de cumplimiento de cuota, el experimentado directivo aseguró que aligeraron ese tema, "no hemos exigido mayor cumplimiento de cuota a nuestros canales y en contraparte lanzamos programas específicos para dar rebates adicionales por vender cierto tipo de productos y Marketing Development Funds (MDF), para apoyar la situación".

La compañía provee tres tipos de certificaciones, una para venderlos, otra para hacer arquitectura de preventa y una más para brindar servicio y soporte a las soluciones, aunque la marca no mezcla canales de venta con los proveedores de servicios.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Manténte Informado

-Mayoristas

-Fabricantes

-Integradores

/NoticiasdelCanal

¡Síguenos en /Revista eSemanal!

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL
TODA LA INFORMACIÓN TIC LLEGA A TÍ,EN TUS
REDES SOCIALES
You Tube
www.esemanal.mx