

25 de enero de 2021 · Año 29 | No. 1412

# eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

## PLATAFORMA E INFRAESTRUCTURA COMO SERVICIO

EL POTENCIAL ESTÁ EN LA ESPECIALIZACIÓN

**IDC Y DELL**

LA TECNOLOGÍA IMPULSARÁ  
A LAS PYME

**INGRAM MICRO**

ANUNCIA RECOMPENSAS  
AL CANAL

**GUÍA:**

UNIDADES DE  
ESTADO SÓLIDO



Desempeño de  
primera clase.



TORRE HP Z1 G5

Conoce más

Con procesador Intel® Core™ i7 de 9ª generación





Álvaro Barriga •

## En PaaS e IaaS ganan los canales más especializados

El negocio de Plataforma como Servicio (PaaS) e Infraestructura como Servicio (IaaS) están en constante crecimiento, debido a las necesidades actuales del trabajo, estudio y entretenimiento, que dan como resultado un panorama tecnológico orientado hacia tendencias de movilidad, flexibilidad y escalabilidad.

En esta edición, especialistas de los mayoristas CompuSoluciones, Ingram Micro, SYNnex-Westcon Comstor y TEAM, hablan sobre las oportunidades de negocio que existen alrededor de las PaaS e IaaS y la mejor manera de aprovechar el mercado, donde dejan en claro que la especialización es la mejor herramienta para lograr mayor rentabilidad. Cabe destacar que en algunos casos se logran ganancias de doble dígito.

Fabián Sotomayor, Gerente Sr de Marketing en Ingram Micro México, anunció Rewards Club, un programa de recompensas con el que el mayorista incentivará el esfuerzo de sus canales a través de diferentes mecánicas para generar puntos que podrán ser canjeables por premios como viajes y artículos.

Dell, en alianza con IDC, presentó el estudio “Evaluación de la Oportunidad de Mercado PyME de América Latina”, dedicado a comprender la forma en que las PyMEs adoptan TI, sus prioridades, desafíos y áreas de oportunidad en la economía digital. Se destacó que la inversión total de las empresas pequeñas en 2020 fue para el 42%, menor a 20 mil dólares, mientras que en el 2021, el 51% invertirá más de 20 mil dólares. En tanto, el 81% de las empresas medianas invirtieron menos de 50 mil dólares y en 2021 el 86% invertirá más de 50 mil dólares.

La inversión en computadoras y servidores compromete al 40% de las pequeñas empresas y al 45% de las medianas; el 57% de las medianas invertirá en almacenamiento externo. En Hardware como Servicio invertirán 40% de las pequeñas empresas y 36% de las medianas; el 51% en Infraestructura como Servicio.

Se concluyó que las PyMEs precisan ser más competitivas e innovadoras, necesitan acelerar su transformación digital para reconstruir la economía, y para ello, la inversión en tecnología será vital, porque mejorarán el servicio a sus clientes y tendrán una mayor velocidad de respuesta.

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

**9 EL TELETRABAJO IMPULSA LOS SERVICIOS IAAS Y PAAS** alcanzando ganancias de doble dígito

---



### FABRICANTES

**7** Tecnología necesaria para impulsar economía de las PyMEs: Estudio de **DELL TECHNOLOGIES E ID**

**21** **HIGHLINK** invita al canal a concretar negocios y fortalecer su portafolio

**26** **TOSHIBA** lanza la plataforma de comercio unificado ELERA

**37** Los sistemas de **AIRE ACONDICIONADO** para centros de datos, oportunidad de negocio en 2021

### GUÍA

**14 UNIDADES DE ESTADO SÓLIDO**

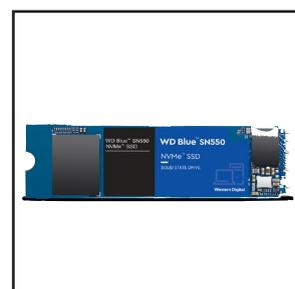
**25 ESEMANAL FELICITA**

### INTEGRADORES

**19** Celebra **PACS COMPUTACIÓN** su 30 Aniversario



**DELL**



**GUÍA**



**PACS COMPUTACIÓN**

**31** El negocio de la tecnología se afianza en 2021: **IKUSI**

## MAYORISTAS

**23 LICENCIAS ONLINE** y

**ACRONIS** se alían para tomar ventaja en la región



## LICENCIAS ONLINE

**29 INGRAM MICRO** Rewards Club impulsa y recompensa las ventas de sus partners

## COLUMNA INVITADA

**33** El 2021 es el año de la reinversión del ecosistema de canales en Latinoamérica

\*Por Saida Ortiz, Channel Director para Vertiv LATAM.



## INGRAM MICRO

**35** Las oportunidades que se presentarán tras la pandemia

\*Por Óscar Sánchez, Presidente y CEO de Kyocera Document Solutions America.



## KYOCERA

## TENDENCIAS

**39 GENETEC** expone sus predicciones sobre las tendencias de seguridad física para 2021

## BÚSCANOS EN:



/NOTICIASDELCANAL



/NOTICIASDELCANAL



ESEMANAL



ESEMANAL



55 7360 5651

[WWW.ESEMANAL.MX](http://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** 55 5090-2049 suscripciones@khe.mx

**InkBenefit Tank**   
Sistema de Recarga Original

## NUEVA SERIE

Multifuncionales de inyección de tinta.

Ahora con **más** velocidad,  
**mayor** calidad y **mejor**  
rendimiento.

### NIVEL ÉLITE

Ideal para negocios y el hogar.



**MFC-T920DW**



**DCP-T720DW**



**DCP-T520W**

### NIVEL CASUAL

Ideal para el hogar.



**DCP-T420W**



**DCP-T220**

CONOCE  
MAS  
AQUÍ



### CONECTIVIDAD TOTAL



Wi-Fi /  
ETHERNET



EMAIL  
PRINT

1,4

### MAYOR VELOCIDAD

HASTA 30ppm / HASTA 26ppm  
NEGRO COLOR

1,3

### MAYOR RENDIMIENTO

HASTA 7,500págs. / HASTA 5,000págs.  
NEGRO COLOR

2

1. Algunas características pueden variar de acuerdo al modelo.

2. Los rendimientos aprox. son extrapolados basándose en metodología original de Brother usando patrones de prueba ISO/IEC 24712. Los rendimientos no se basan en ISO/IEC 24711.

3. La velocidad de impresión de páginas por minuto varía dependiendo de varios factores, esta basada en el MODO ECO de impresión y excluye el tiempo para completar la impresión de la primera página.

4. Requiere conexión a una red o red inalámbrica.

# TECNOLOGÍA NECESARIA PARA IMPULSAR ECONOMÍA DE LAS PYMES: ESTUDIO DE **DELL TECHNOLOGIES E IDC**

- **ESPERAN UN INCREMENTO DEL 25% EN LA INVERSIÓN DE TI EN LOS PRÓXIMOS 12 MESES**
- **EN MÉXICO, LAS MIPYMES CONTRIBUYEN CON EL 52% DEL PIB**

**Texto:** Anahí Nieto

**E**n alianza con IDC, el desarrollador presentó a medios de comunicación “Evaluación de la Oportunidad de Mercado Pyme de América Latina”, estudio dedicado en comprender la forma en que las PyMEs adoptan TI, sus prioridades, desafíos, y áreas de oportunidad en la economía digital. Para el estudio, se entrevistó a 900 Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) de entre 10 a 99 empleados, y de entre 100 a 499 empleados, respectivamente, de seis diferentes países –Brasil, Chile, Colombia, México y Perú– provenientes de la industria de finanzas, manufactura, servicios, comercio y gobierno.

El enfoque del estudio se centró en el uso y consumo de computadoras personales, servidores y almacenamiento, y el papel que éstas soluciones tienen para mantener o mejorar los procesos operativos y la productividad para una compañía.

Juan Aguilar, Director General de Dell Technologies, explicó, durante la presentación virtual del estudio, que la aportación en el Producto Interno Bruto (PIB) que las PyMEs tienen en América Latina es del 25%, mientras que en Europa, éstas aportan el 56%, más del doble.

La cantidad que estas empresas aportan a la economía es sumamente significativa, en especial en México, donde su porcentaje de contribución al PIB asciende hasta el 52%, siendo 4.1 millones de MIPyMEs en el país las que generan el 72% de los empleos.

De acuerdo a lo presentado por Aguilar, en el país el 51% de las empresas pequeñas y el 39% de las empresas medianas se encuentran en etapas tempranas de madurez, y ahora se enfrentan a los retos de la nueva economía, los cuales son integrar un trabajo inteligente, economía de distanciamiento social, y personalización inteligente.

La alineación de TI con el negocio que las empresas encuestadas arrojaron fue, para el 53% la adquisición y retención de clientes; para el 45%, mayor productividad; un 33% dijo que ayuda a introducir mejores y nuevos productos o servicios; al igual que el 33% expuso que sirve para poder expandirse a nuevas geografías.

Además, las compañías dieron a conocer las iniciativas que tienen en cuanto a la inversión de tecnología: el 46% se ha enfocado en la consolidación y optimización de la infraestructura; 44% en la adopción de IaaS; 33% en la adopción de SaaS; y 33% en la experiencia y compromiso con el cliente.

Entre los recursos tecnológicos más utilizados por las PyMEs, se encuentra el chat con un 80%, 77% email, 76% herramientas de conferencia virtual; aunque hay un cambio de perspectiva en los próximos 12 meses en donde el 47% contemplará el almacenamiento en la nube, 36% en adoptar la infraestructura como servicio, y 37% implementar aplicaciones de productividad.

La inversión total de las empresas pequeñas en 2020 fue, para el 42%, menor a 20 mil dólares, mientras que en el 2021, el 51% invertirá más de 20 mil dólares. En



tanto, el 81% de las empresas medianas invirtieron menos de 50 mil dólares, y este 2021 el 86% invertirá más de 50 mil dólares.

La inversión en computadoras y servidores compromete al 40% de las pequeñas empresas, y al 45% de las medianas; y el 57% de las medianas invertirá en almacenamiento externo. En Hardware como Servicio invertirán 40% de las pequeñas empresas, y 36% de las medianas; y el 51% en Infraestructura como Servicio.

En conclusión, las PyMEs precisan ser más competitivas e innovadoras, necesitan acelerar su transformación digital para reconstruir la economía, y para ello, la inversión en tecnología será vital, porque mejorarán el servicio a sus clientes, tener una mayor velocidad de respuesta y una mayor eficiencia operacional, según explicó Aguilar.

# EL TELETRABAJO IMPULSA LOS SERVICIOS IAAS Y PAAS ALCANZANDO GANANCIAS DE DOBLE DIGITO

• EL NEGOCIO POTENCIAL SE ENCUENTRA EN LA ESPECIALIZACIÓN DEL CANAL PARA LOS  
MODELOS AS A SERVICE.

Autor: **Raúl Ortega**

---

**E**l 2021 se dibuja como un año en el que, tecnologías como servicios se consolidarán y crecerán de forma exponencial, debido al cambio en los modelos de trabajo a consecuencia de la pandemia, lo que originará nuevos modelos de negocio para los canales, con ganancias atractivas en la medida de su conocimiento y especialización, para acercar éstas soluciones a los usuarios finales.

Para comenzar, es necesario mencionar que los modelos as a service no son nuevos, sino todo lo contrario, ya llevan algunos años en el mercado, aunque no habían terminado de consolidarse y demostrar la gran utilidad que representan. Sin embargo, la actual situación de salud pública orilló a las empresas a una aventura, en el cambio de paradigma sobre los tipos de trabajo ya establecidos, lo que también apuntaló la transformación digital y con ello el uso de herramientas que hicieran posible la continuación de los negocios.

La Plataforma y la Infraestructura como servicio (PaaS e IaaS) están en un proceso de crecimiento constante que tiene como base las formas actuales del trabajo, estudio y entretenimiento, dando como resultado un panorama tecnológico orientado hacia tendencias de movilidad, flexibilidad y escalabilidad, así lo aseguró en entrevista para **eSemanal**, Omar Sánchez, Arquitecto de Soluciones en SYNEX-Westcon LATAM: “Debido a las condiciones que todos conocemos, la industria de TI se encuentra en un acelerado crecimiento y revolucionando la forma de trabajo. La inversión en tecnologías físicas y la forma de operarlas se está modificando, por tal motivo, el panorama tecnológico se está orientando hacia las tendencias de movilidad, flexibilidad y escalabilidad, es por esto que, los servicios remotos y las tecnologías administradas están tomando gran relevancia, como son la nube, IaaS, SaaS y PaaS. Éstas son de gran importancia en este momento y a futuro, ya que son clave para la subsistencia ante la constante demanda del mercado informático y para mitigar las necesidades estructurales de los clientes”.



“El tema de infraestructura como servicio sigue creciendo y se aceleró a partir de la pandemia.

Con crecimientos importantes, alcanzó en algunos meses el doble dígito, por lo que estamos seguros que es una tendencia que llegó para quedarse. Las compañías ven ahora los beneficios de tener la infraestructura como un servicio, en términos de la alta disponibilidad, costos y administración. El crecimiento continuará y es una tendencia donde cada distribuidor debe decidir cuál será su oferta al respecto para poder diferenciarse en el mercado”: Ana María Arreola, Directora Comercial y de Mercadotecnia en CompuSoluciones.



ANAMARÍA ARREOLA

### Retos y oportunidades

No cabe duda que IaaS y PaaS ya tienen un lugar referenciado en las tecnologías de aplicación cotidiana, aunque con la estabilidad, también vienen retos que suponen un esfuerzo por parte de los canales para entregar mejores servicios, que en el corto plazo representarán ganancias recurrentes equiparadas a su conocimiento especializado en estas tecnologías. En relación a lo anterior, José Antonio García, Director General adjunto de Team Servicios, comentó: “El reto es madurar el propio modelo comercial de los canales de distribución para poder llevar esta oferta a los clientes. Muchos canales siguen con un modelo de negocio diseñado para transacciones de compra-venta de componentes hardware y software, y sus estructuras comerciales no responden a las necesidades de los clientes al demandar servicios de IaaS, PaaS y SaaS”.

“En estos momentos las empresas se encuentran en un proceso de adaptación tecnológica, debido a las circunstancias mundiales, el reto es la velocidad en la adaptabilidad del core de sus negocios hacia un enfoque flexible, remoto y de movilidad, al contar con herramientas y servicios como IaaS, SaaS y PaaS. Los usuarios tienen la oportunidad de mantener esquemas de trabajo más cómodos en cuestión administrativa, ya que pueden acceder a sus arquitecturas y recursos internos en cualquier momento y desde cualquier punto del mundo, además de tener la facilidad de incrementar el potencial de su arquitectura en caso de necesitarlo, expandir su conectividad y sus capacidades tecnológicas para brindar mayores beneficios a la organización y a la vez a sus clientes”: Omar Sánchez.



OMAR SÁNCHEZ

## Oferta IaaS y PaaS con potencial de negocio:

- **CompuSoluciones:** **IaaS;** Apple, Aruba, HPE, IBM, Microsoft, Red Hat y Vmware. **PaaS;** Aruba, HPE, IBM, Microsoft, Red Hat, Vmware y SAP. **SaaS;** Aruba, HPE, IBM, Microsoft, Vmware, McAfee, Veeam, Microfocus y Autodesk.
- **Ingram Micro:** **IaaS y PaaS;** Microsoft (Azure), IBM, Acronis y Vmware.
- **SYNNEX Westcon-Comstor:** FORTISIEM, Meraki as a Service, Cisco Umbrella, paquetes de integración de nube (Azure/AWS) con tecnologías de DC y seguridad (F5, CheckPoint, PAN, Fortinet, etc.)
- **Team:** Plataforma propia de nube (Stratosphere Cloud), basada en México, y con tecnología de openstack y arquitectura natural de contenedores, que ofrece a los clientes mejor desempeño operativo por la baja latencia en sus transacciones, y la tecnología de nuestra infraestructura, que como resultado podemos ofrecer el mejor desempeño, procesamiento y transferencia de datos.



Como bien se mencionaba, los servicios de infraestructura como servicio no son nuevos, sin embargo, han tenido un auge sin precedentes en los últimos meses debido a la actual situación que atraviesa el mundo y México no es la excepción, donde mayoristas como Ingram Micro llevan impulsando estas soluciones desde 2018, consolidándose como uno de los principales partners de Microsoft para la venta de infraestructura, así lo detalló Óscar López, Director de Cloud para Ingram Micro México, Colombia y Perú: “Hoy en día, somos el partner más grande de Microsoft en la venta de infraestructura, es decir de Azure. Por su puesto que la situación que estamos atravesando nos ha llevado a un incremento importante en el rubro de infraestructura, sin embargo, contamos hoy en día con varios retos como es la especialización del canal y la adopción, aunque si algún canal está interesado en incrementar su consumo de infraestructura o plataforma como servicio, es el mejor momento debido a temas como el trabajo remoto”.

Lenovo aseguró que a raíz de la pandemia, la transformación digital se aceleró, lo que a su vez provocó la actual situación económica, orillando a las empresas a buscar esquemas de infraestructura como servicio (As a Service) debido a sus ventajas económicas como operativas, al respecto y en entrevista para eSemanal, Manuel Arredondo, Business Development Manager LAS en Lenovo, detalló: “Ventajas económicas en el sentido de que, en lugar de hacer una inversión única para la compra de infraestructura lo que conlleva tener el capital disponible al momento de la compra, el esquema de infraestructura como servicio, les permite el pago de ésta durante un periodo de tiempo (usualmente 36 o 48 meses) y desde el punto de vista operativo, permite a la gente de IT de los clientes dedicarse al core de su negocio y dejar en manos de especialistas la instalación y el mantenimiento de su infraestructura”.

“Los clientes, cada vez más, están evaluando este tipo de servicios, lo que abre una ventana de oportunidades para los canales que cuenten con los procesos y recursos humanos para el manejo de proyectos. Además del cambio de una transacción única de compra- venta a una relación de largo plazo con ciertos niveles de servicio”: Manuel Arredondo.



**MANUEL ARREDONDO**

### Especialización del canal

El término as a service, se ha normalizado e incluido como parte del lenguaje orgánico debido a la recurrencia de su uso, tanto en el ámbito de las tecnologías como en la vida cotidiana, ya que en la actualidad la gran mayoría de los servicios están soportados en estos modelos y se deja observar que, en la medida que transcurra el tiempo, la totalidad de éstos estarán alojados ahí, en razón de ello, se convierte en fundamental que los canales estén preparados en términos de un conocimiento especializado, con la finalidad de expandir sus posibilidades de negocio en el corto y mediano plazo, además de la recurrencia comercial implícita en la ampliación de su uso y renovación del mismo.

“Sin duda, la especialización se convierte en un elemento sumamente importante. En Ingram contamos con programas de capacitación para nuestros canales, que les ayudan a implementar servicios de infraestructura para sus clientes, convirtiéndolos en expertos en esta materia. La venta del consumo de IaaS, si bien sigue siendo un buen negocio, realmente el crecimiento y la oportunidad para los canales se encuentra en los servicios de implementación y migración que puedan ofrecer a los usuarios finales”: Óscar López.



**ÓSCAR LÓPEZ**

Para los canales que se enlistan en el rubro de ofertar soluciones como servicio, pareciera que las ganancias no son significativas, por el contrario, el potencial del negocio se encuentra en el conocimiento especializado que cada socio ofrezca al mercado final, con ofertas a la medida del cliente. De esta forma, las ganancias serán recurrentes (suscripciones) y con posibilidad de ampliar, cada vez que lo necesiten, la capacidad del servicio. Al respecto Ana María Arreola, consideró: “Existen y tenemos diferentes modelos de negocio para los canales de distribución. Estimamos que un 15% se han movido a tener como oferta principal esquemas de IaaS y PaaS, lo cual les permite crecer sus ganancias una vez que pasan la curva inicial, alcanzando los dos dígitos, en relación a la tendencia del mercado. En el caso de aquellos que es una oferta complementaria, les permite impulsar el negocio tradicional, pero las ganancias se mantienen, pues les falta especialización”.

Como es posible observar, la oferta y demanda de *as a service* incrementará en la medida que el teletrabajo se normalice y se requiera de una mayor flexibilidad y escalabilidad en los servicios de las empresas, por lo que, el IaaS y PaaS serán altamente usados, no sólo por las compañías, sino que incluso clientes regulares buscarán contar con estos servicios debido a su utilidad.

**“El PaaS es una oferta más atractiva al cliente y al canal, ya que agrega valor sobre la IaaS y por lo tanto la diferenciación y los márgenes pueden ser más atractivos”:** José Antonio García.

Es así que, CompuSoluciones, Ingram Micro, SYNEX Westcon-Comstor y Team, entre otras, han optado por reforzar el conocimiento de sus partners para estos servicios, con capacitaciones y certificaciones, tanto técnicas como comerciales, todo ello en razón de la fuerte demanda del mercado por un conocimiento

especializado y soluciones a la medida para cada uno de los usuarios finales.

El espectro para concretar negocios continúa ampliándose, por lo que el canal está en posibilidades de ofertar estos servicios individualmente o como complemento de cualquier producto que comercialice y de esta forma lograr ganancias recurrentes y seguras al momento de renovar el uso o extender la capacidad de los mismos, dando lugar a que se preparen técnica y comercialmente para desarrollar propuestas de negocios que les generen valor a sus clientes.

Finalmente, existen dos hechos que el canal debe tomar en consideración para anticipar las necesidades y tendencias del mercado y es que, la nueva normalidad ha llegado para quedarse junto al teletrabajo y la adopción tecnológica a través de la transformación digital allanó el camino para desarrollos tecnológicos, que en otros tiempos sólo se pensaba que eran para grandes compañías.



**JOSÉ ANTONIO GARCÍA**



# GUÍA

## UNIDADES DE ESTADO SÓLIDO

LAS UNIDADES DE ESTADO SÓLIDO CONTINUÁN SIENDO FUNDAMENTALES EN LOS DIFERENTES PROYECTOS DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES), LOS GRANDES CORPORATIVOS Y, EN ALGUNOS CASOS, EN LOS HOGARES. ADEMÁS, ÉSTAS HAN EVOLUCIONADO EN CUANTO A SU VELOCIDAD DE LECTURA Y ESCRITURA, SU RENDIMIENTO, Y CAPACIDADES DE ALMACENAMIENTO PARA OFRECER MEJORES EXPERIENCIAS DE USO.

Texto: Anahi Nieto

### Adata

AFALCON-256G-C

**Características:** Unidad de estado sólido de interfaz PCIe Gen3x4; de conector NVMe 1.3 con velocidades de lectura/escritura sostenidas de hasta 3100/1500 MB/s con formato de tamaño M.2 2280: Admite las plataformas de actual generación de Intel y AMD. Con una memoria flash 3D NAND, la unidad FALCON proporciona mayor eficiencia y confiabilidad en comparación con las unidades de estado sólido 2D NAND. Lista para equipos de sobremesa como portátiles con entrada PCIe. Ideal para aplicaciones como edición de fotos, dibujo industrial, programación, entre otras.

**Garantía:** Cinco años, cambio físico inmediato.



### Adata

ASWORDFISH-250G-C

**Características:** Unidad de estado sólido de interfaz PCIe Gen3x4; cumple el estándar NVMe 1.3 con velocidades de lectura/escritura sostenidas de hasta 1800/1200 MB/s. Especificación M.2 2280: Admite las plataformas de actual generación de Intel y AMD. Adecuada tanto para equipos de escritorio como para equipos portátiles. Su transferencia de archivos hará que fluyan más rápido que antes con el almacenamiento en caché SLC, el búfer de memoria de host y la lectura/escritura aleatoria 4K de 180/180K IOPS.

**Garantía:** Cinco años, cambio físico inmediato.



# GUIA

## Kingston

### SSD DC1000B NVMe M.2

**Características:** Unidad de estado sólido PCIe NVMe M.2 (2280) de alto rendimiento para Datacenters que utiliza la última interfaz PCIe Gen 3.0 x 4 con NAND TLC 3D de 64 niveles, NVMe para cargas de trabajo de inicio de servidor. SSD clase Data Center para aplicaciones empresariales. Ofrece a los centros de datos una solución de unidad de inicio accesible con la seguridad de que están comprando un SSD diseñado para uso de servidor. Es ideal para usar en servidores rackeables de alta densidad como unidad de inicio interna, así como para ser usada en sistemas especialmente diseñados donde se necesita un SSD M.2 de alto rendimiento que incluya protección incorporada en caso de pérdida de energía. Cuenta con una Unidad de auto-criptación (SED) con AES-XTS de 256bit y su capacidad optimizada para el tipo de uso (240GB, 480GB y ahora la nueva 960GB) mantienen los costos accesibles.

**Garantía:** Cinco años.



## Kingston

### SSD KC2500 NVMe PCIe

**Características:** Ofrece un rendimiento potente usando el último controlador Gen 3.0 x 4 y el 3D NAND TLC de 96 niveles. Con velocidades de lectura/escritura de hasta 3,500/2,900Mb/seg1. Ofrece una excelente resistencia y mejora el flujo de trabajo en sistemas de escritorio, estaciones de trabajo y computación de alto rendimiento (HPC). El diseño compacto M.2 ofrece mayor flexibilidad, aumentando el almacenamiento, pero ahorrando en espacio. Disponible en capacidades de 250GB a 2TB2 para satisfacer las necesidades de su sistema. Es una unidad de auto encriptado que respalda la protección de datos de extremo a extremo usando un encriptado basado en hardware XTS-AES de 256 bits y permite el uso de proveedores de software independiente con soluciones de administración de seguridad TCG Opal 2.0, como Symantec, McAfee, WinMagic y otros. Soporta una suite de seguridad completa (TCG Opal 2.0, XTS-AES de 256 bit, eDrive).

**Garantía:** Cinco años.



# GUÍA

## Verbatim

70077

**Características:** Los discos internos SSD Vi550 SATA III de 2.5" son la opción ideal para transformar el rendimiento de cualquier PC o portátil con disco duro. Con la interfaz SATA III, los discos internos ofrecen velocidades de transferencia de hasta 560 MB/s de lectura y hasta 535 MB/s de escritura. Gracias a las velocidades de transferencia muy superiores a las de los discos duros mecánicos, se puede experimentar una reducción del tiempo de arranque del sistema, funciones multitareas más eficientes y respuesta más rápida del sistema. Los discos SSD utilizan tecnología flash 3D NAND de última generación junto con un controlador Phison de renombre en el sector para ofrecer un rendimiento extremadamente rápido y fiable.

**Garantía:** Limitada de tres años.

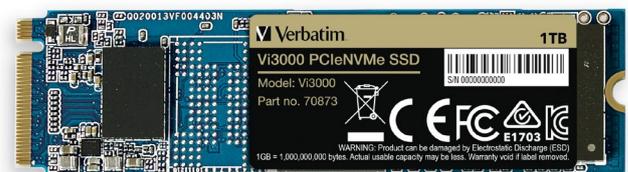


## Verbatim

70873

**Características:** Los discos SSD internos Vi3000 PCIe NVMe M.2 2280 están diseñados para usuarios que exigen lo mejor en velocidad y rendimiento. Gracias a la interfaz PCIe NVMe, Gen 3.0 x4, se puede disfrutar de velocidades de datos ultrarrápidas, hasta 6 veces más rápidas que los discos SSD basados en SATA. Disponible desde 256 GB hasta 2 TB.

**Garantía:** Limitada de cinco años, o hasta el valor nominal de terabytes.



## Western Digital BLACK SN850 SSD NVMe

---

**Características:** La tecnología PCIe Gen4 con la que cuenta permite que alcance velocidades de lectura/escritura hasta 7000/5300 MB/s. Está disponible con o sin disipador de calor, en ambas versiones las capacidades disponibles son de 500 GB, 1TB y 2TB. El SN850 con disipador cuenta además con iluminación RGB.

**Garantía:** Limitada de cinco años.

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



## Western Digital Blue SN550 SSD NVMe

---

**Características:** Dispone de tecnología PCIe Gen 3 x4 delgada de un sólo lateral que alcanza velocidades de lectura secuencial de hasta 2400 MB/s, hasta 4 veces más rápido que los SSD SATA. Cuenta con un factor de forma M.2 2280. Está disponible en capacidades de 250GB, 500GB y 1TB.

**Garantía:** Limitada de cinco años.

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



## XPG

### 70 (AGAMMIXS70-2T-C)

---

**Características:** SSD PCIe Gen4x4 ofrece hasta 7400/6400 MB (lectura/escritura). Su nuevo ventilador es una patente única de XPG que permite un mejor flujo de aire y temperaturas hasta 30% menores. Cuenta con un cache de memoria de memoria RAM, el cual ayuda a tener un aumento de rendimiento, ideal para juegos, edición de video y renders. Disponible en 1TB y 2TB, compatible con plataformas AMD e Intel, próximamente disponible en su versión para PS5 y compatible con versiones anteriores como PCI 3.0.

**Garantía:** Cinco años.



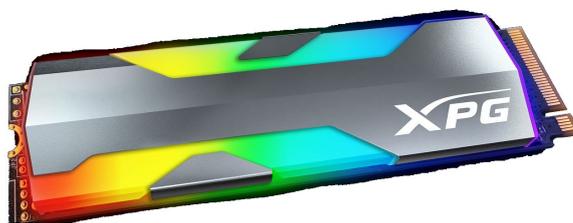
## XPG

### Spectrix S20G (ASPECTRIXS20G-500G-C)

---

**Características:** SSD PCIe RGB S20G, ofrece un nuevo nivel de rendimiento en juegos y en el trabajo. Con velocidades de lectura/escritura sostenidas de hasta 25000/1800 MB por segundo. Perfecto para actualizar equipos, disponible en 500GB y 1TB, ideal para guardar toda la librería de Steam y GOG o diseños más pesados. La luz RGB del S20G es totalmente personalizable mediante software y es compatible con las plataformas más recientes de Intel y AMD.

**Garantía:** Cinco años.



# Celebra PACS COMPUTACIÓN sus primeros 30 años en el mercado

---

## • COMERCIO ELECTRÓNICO, UN GRAN IMPULSO AL NEGOCIO DEL INTEGRADOR.

**Texto:** Anahi Nieto

**L**a persistencia, responsabilidad, honestidad, ética, disciplina, compromiso, profesionalismo, entre otros valores, han sido los cimientos del integrador, así como su trayectoria y experiencia en el mercado tecnológico.

El próximo 2 de febrero, Pacs Computación cumplirá 30 años en el mercado e iniciará su festejo con la celebración del crecimiento que ha tenido en un 35% en comercio electrónico, en donde tiene presencia desde hace dos años.

Además, durante el año tendrá ofertas y obsequios para sus clientes, a quienes les atribuyen el crecimiento que han logrado en estos primeros años en sus soluciones enfocadas a educación, seguridad y salud, tanto para micros, pequeñas y medianas empresas, como para instituciones de gobierno.

### Historia

Diana Ocón, Directora General de Pacs Computación, recordó los orígenes de la compañía, cuando en Durango sólo había cuatro o cinco empresas con buen nivel que se dedicaban a la venta e integración de tecnología, mientras que las necesidades en ese rubro eran múltiples. Ante dicho contexto, en 1991 Ocón, junto con su entonces marido, ambos licenciados en informática, decidieron fundar Pacs Computación (Proveedora de Accesorios, Computadoras y Sistemas). Inicialmente, y ante la falta de gran capital, la idea era vender cosas mínimas, no invertir en tanto inventario y enfocarse a desarrollar sistemas 'a la medida', dar soporte, servicios y capacitación.

## Retos para permanecer

Con el paso de los años, la compañía comenzó a crecer; sin embargo, tuvieron que enfrentar diferentes retos y adversidades para sobrevivir en un mercado tan dinámico. Uno de ellos fue la devaluación del peso mexicano en 1994, en donde los créditos hipotecarios aumentaron de forma dramática, se adquirieron deudas en dólares, y por ende, muchos negocios no pudieron seguir adelante.

“La devaluación fue de lo más crítico que enfrentamos; afortunadamente, tuvimos la capacidad de sobrellevarla, teníamos pocas deudas en dólares, hicimos reestructuraciones y lo necesario para prosperar”, detalló la directiva.

Aunado a ello, los colaboradores que han formado parte de la compañía son el brazo derecho y el pilar principal que ha tenido Pacs Computación a lo largo de estos años para poder seguir en el juego, y es por esa razón que ante las crisis se evita prescindir de ellos; “somos un producto de la gente que ha colaborado con nosotros, yo estoy convencida de que el factor humano es lo más importante en cualquier organización”, afirmó.

*“No ha sido un recorrido fácil, y menos en empresas de este tipo, porque considero que el giro al que nosotros hemos elegido participar es más complejo, debido a que cambia más rápidamente que otros en cuanto a los modelos, los productos, y la forma de hacer negocios. Ha sido un gran reto, pero hemos aprendido a lidiar, hemos visto cómo muchos de los negocios de este tipo se han quedado en el camino. Es un giro muy demandante, en el que tenemos que estar actualizándonos, al igual que nuestros colaboradores; ha sido una constante el seguir mejorando siempre”:* Diana Ocón.

Respecto al año anterior, la Directora General dijo a **eSemanal** que 2020 no fue malo para Pacs Computación, debido a que pertenecen a un giro que resulta esencial para atender a las necesidades de las personas que ahora trabajan o estudian desde su hogar, o a las empresas que deben proporcionar las herramientas necesarias para sus colaboradores a fin de que sean más productivos. Para ello, tuvieron que adoptar todas las medidas sanitarias e infraestructura para procurar la salud del personal y de los clientes.



## DIANA OCÓN

### Alianza con otros canales

Diana Ocón ha pertenecido a la Asociación Nacional de Distribuidores de Equipo de Cómputo activamente desde el 2004, y eso ha fomentado que Pacs Computación tenga aliados de negocio en todo el país, empresas que se dedican a lo mismo, brazos extendidos que permiten tener mayores proyectos a nivel nacional y mayor fortaleza.

“Me gusta pertenecer a este tipo de canal porque creo que es un canal de gente inteligente, de gente dedicada, de gente extraordinaria por tan sólo lo que hacemos, todo lo que hacemos implica estudio, trabajo, dedicación... no es fácil, no es sólo vender cajas, considero que es un canal que requiere mucho talento. Por ello los invito a que unamos fuerzas, hagamos equipo: todos necesitamos de todos, y finalmente, no nos vamos a llevar nada, lo que hagamos aquí es el legado que estamos dejando, no sólo como empresa, sino como cabezas de ésta y de los colaboradores a nuestro servicio que aprenden de nosotros”, concluyó la estrategia.

# HIGHLINK

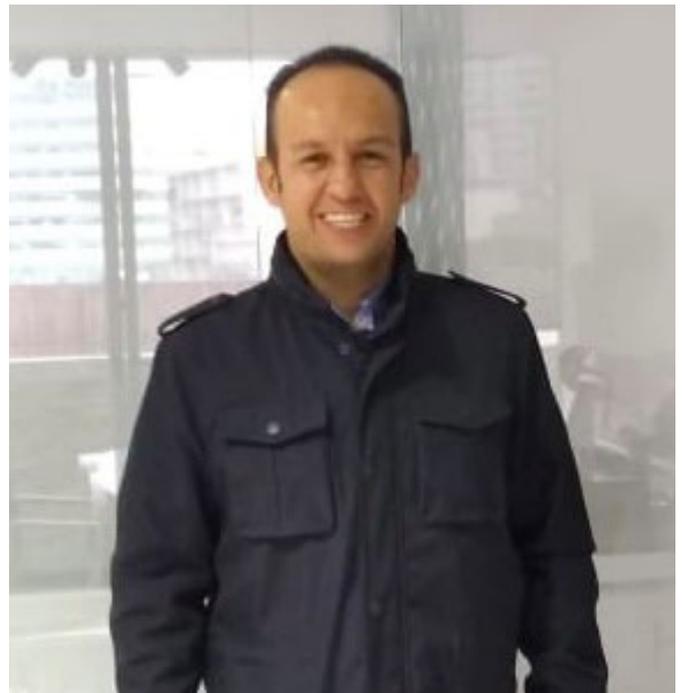
## INVITA AL CANAL A CONCRETAR NEGOCIOS Y FORTALECER SU PORTAFOLIO

• OFRECEN 30% DE DESCUENTO POR INTRODUCCIÓN A MAYORISTAS Y DISTRIBUIDORES.

Texto:Raúl Ortega

**L**a empresa que ofrece productos de consumo, acercó su portafolio a los canales de distribución para ampliar su oferta y obtener ganancias con soluciones que se adaptan a las necesidades del actual mercado. Natdi es el corporativo de la marca comercial Highlink, fundada en 2015, está enfocada a la fabricación de gadgets electrónicos, aunque buscan agregar otros elementos que los distinga de su competencia y que responden a las necesidades actuales, al igual que le proporciona un diferenciador en el momento que los comercializan los canales de distribución.

“Contamos con bocinas, espejos, audiófonos, lámparas y relojes inteligentes que monitorean el ritmo cardiaco, presión arterial e incluso tienen oxímetro, muy útil en estos tiempos”: Alejandro Díaz, Director General de Natdi



ALEJANDRO **DÍAZ**

En la actualidad la compañía se encuentra trabajando con retailers como Sam's, Suburbia y Liverpool, aunque cabe mencionar que en 2017 inauguró la marca Highlink, con la intención impulsar su modelo comercial y para 2019 comenzaron a trabajar con mayoristas de cómputo, lo que dio paso para entrar de lleno en la cadena de distribución TIC y que los canales robustezcan su gama de productos con nuevos elementos, así lo explicó Alejandro Díaz: "Desde 2019 abrimos cuentas con los mayoristas de cómputo. Actualmente, estamos trabajando con CT Internacional y Unicom".

### Canales

Highlink se encuentra en la mejor disposición para escuchar propuestas y oportunidades de negocio que los canales puedan ofrecer, con lo que la marca refuerza su compromiso con el envío de producto de muestra para su uso, oferta y conocerlo de cerca, al respecto, el directivo comentó: "Sí llegamos a una oferta comercial, lo podemos platicar entre el mayorista y la marca, para apoyarlos. No somos inflexibles en nuestros precios, siempre estamos abiertos a poder apoyar al distribuidor".

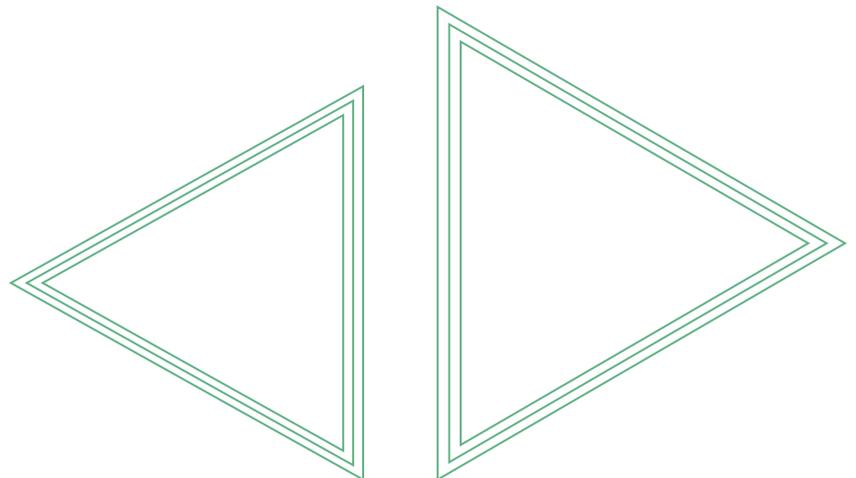
Asimismo, el fabricante anticipó para 2021, continuar reforzando la inercia con la que han trabajado con CT Internacional y Unicom, ampliando su portafolio de productos y con miras a colaborar con dos mayoristas más, esperando se conozca más sobre el tema para el primer semestre del año y de esta forma abracar la distribución en toda la República Mexicana.

### Portafolio

Con una variedad de artículos, que van desde bocinas portátiles con bluetooth de varios tamaños y con diversos puertos para conectar dispositivos de almacenamiento. La oferta también está

complementada con su familia de audífonos, ya sean alámbricos e inalámbricos, no obstante, se agregan otros elementos como son lámparas portátiles, espejos y relojes inteligentes. Debido al tipo de productos y los costos accesibles, facilita la comercialización por parte de los canales de distribución, al ofrecerlos al usuario final.

**"Nuestro modelo comercial en este momento lo estamos llevando principalmente con CT Internacional, ya que a través de ellos abrimos capacitación a los distribuidores para los equipos de ventas, estamos ofreciendo descuentos de introducción para el mayorista y distribuidor de un 30% de margen para que nos conozcan y contamos con bastante inventario para atender cualquier petición": Alejandro Díaz.**



# LICENCIAS ONLINE Y ACRONIS

## SE ALÍAN PARA TOMAR VENTAJA EN LA REGIÓN

**EL MAYORISTA DE VALOR Y EL DESARROLLADOR TRABAJAN EN CONJUNTO CON EL FIN DE DESARROLLAR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO PARA SUS CANALES DE LA REGIÓN.**

Redacción eSemanal

“**A**mbas compañías tenemos el mismo objetivo: desarrollar el ecosistema de tecnología para lograr la transformación que los negocios necesitan”, dijo Agustín Mella, Gerente General de Acronis Latam. “Los clientes y las empresas tienen un enorme desafío en lograr la transformación de sus negocios y está comprobado que quienes lo logran son aquellos que cuentan con el apoyo para llevar adelante todo lo que un desafío como éste necesita.

“Nuestro rol está fuertemente enfocado en apoyar a los canales a ser los mejores aliados de sus clientes en temas de ciberprotección. Por eso, pensamos soluciones que tienen una evolución constante en dos aspectos: por un lado, una mayor simpleza y facilidad para los canales en la operación diaria; y por otro, soluciones que permitan a los canales hacer crecer su negocio en el corto y mediano plazo”.

La marca hoy trabaja fuertemente en tres pilares para potenciar las oportunidades de sus canales:

**1)** Ayuda en su ingreso y desarrollo en el negocio y en la problemática de la ciberprotección con formación especializada, soporte en la generación de nuevos negocios y un apoyo clave en el acompañamiento diario de la ejecución.

**2)** Trabajo en la construcción de un músculo de generación de demanda en los canales en dos aspectos: la formación de los equipos comerciales y técnicos, y el acompañamiento con especialistas en las distintas áreas del negocio mientras ese músculo se consolida. “Así logramos que haya una rápida generación de demanda y de ingresos

para los canales y puedan continuar evolucionando mientras su negocio crece”, explicó Mella.

**3)** Trabajo en la transformación de los canales tradicionales a los negocios Cloud. “Es nuestra responsabilidad acompañar a esos canales que buscan lograr esa transformación, que, si bien en teoría suena sencilla, los cambios que requiere en términos culturales y de modelos de negocio son muy importantes. Como referentes de la industria, no tenemos que pedir que esa transformación ocurra, tenemos que ayudar y apoyar a todo aquel que quiera lograrla”, destacó.

Entanto, Daniel Yesurón, encargado de la preventa de Licencias OnLine, detalló las soluciones en las que están enfocándose y sus diferenciales: “actualmente hacemos foco en las soluciones de Acronis Cyber Cloud, que



contienen pilares como Acronis Cyber Backup Cloud; Acronis Cyber Protect Cloud; Acronis Cyber Disaster Recovery Cloud; Acronis Cyber Files Cloud; Acronis Cyber Notary Cloud y Acronis Cyber Infrastructure. Estas se complementan entre sí, permitiendo que las empresas puedan ir agregando funcionalidades nuevas a medida que lo requieran”, aseguró.

El ejecutivo anticipó las tendencias que encuentran de cara al próximo año: “teniendo en cuenta que cada vez se aplica más la modalidad ‘home office’ en las empresas, una de las tendencias que más se está viendo es la posibilidad de autogestionarse sin tener que depender de personal presencial o acceso a herramientas particulares. Con la consola online de Acronis Cyber Cloud, estas necesidades están cubiertas, además de que aportan la seguridad necesaria para que cada usuario tenga los roles de identidad adecuados y a su vez puedan ser asistidos por el administrador de dicha empresa de forma

online. Otra tendencia es la de entender el consumo de las herramientas Cloud dado que muchas de ellas trabajan con el modelo PAYG (Pago por Uso). Para esto, Acronis habilita controles mediante el uso de políticas que se pueden generar de forma granular y de esa manera tener registros claros y exactos del uso de cada elemento”.

2020 fue un año atípico en términos generales, pero Acronis llevó a cabo varias acciones que permitieron mitigar el impacto. “Tenemos la firme creencia que este fue un año que también permitió tener otras discusiones”, dijo Mella, “sentimos por parte de nuestros clientes a nivel global un mayor requerimiento de ciberprotección y eso fue lo que desarrollamos, y junto a Licencias OnLine logramos traducir toda esta evolución e innovación en soluciones de implementación simple que dan respuestas reales a los clientes y les permite a los canales evolucionar y continuar su crecimiento incluso en un año como el que vivimos”, finalizó.

# eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

## FELICITA

*Lunes 25*

**ELVIRA RODRÍGUEZ, SUBDIRECTORA DE VENTAS EN NACEB**  
**ISMAEL HERRERA MORALES, DIRECTOR DE VENTAS Y MERCADOTECNIA EN COMUNÍCALO DE MÉXICO**

*Martes 26*

**RICARDO GARCÍA, DIRECTOR DE OPERACIONES EN INGRAM MICRO**

*Miércoles 27*

**ERIK VELASCO, CHANNEL & SMB SALES MANAGER MÉXICO EN TP-LINK**  
**SILIMEX POR SU 52 ANIVERSARIO**

*Jueves 28*

**HÉCTOR IBARGÜEN JR., EJECUTIVO DE VENTAS ZONA OCCIDENTE EN NACEB**  
**KEES VAN RONGEN, DIRECTOR DE ACER MÉXICO**  
**MANUEL CANCINO ROMERO, VENTAS IP PBX EN PANASONIC DE MÉXICO**  
**SARA ÁNGEL ACOSTA, PRODUCT MANAGER VORAGO EN INGRAM MICRO**  
**VERSION POR SU 29 ANIVERSARIO**

*Viernes 29*

**FRANCISCO ADAME, SUB DIRECTOR DE CANALES MAYOREO EN HISENSE MÉXICO**  
**MARIANA CEJUDO CONTRERAS, GERENTE DE MARKETING Y GENERACIÓN DE DEMANDA EN ERP SOLUCIONES**  
**SARA ÁNGEL ACOSTA, PRODUCT MANAGER VORAGO EN INGRAM MICRO**

*Sábado 30*

**CORSAIR POR SU 27 ANIVERSARIO**

*Domingo 31*

**ALEJANDRO LOAM LIMÓN, DIRECTOR DE MARKETING MÉXICO EN SYNnex-WESTCON COMSTOR**  
**JUAN DAVID CLAUDIO COSTEÑO, DIRECTOR COMERCIAL EN CSQ TECH**  
**LETICIA RODRÍGUEZ, DIRECTORA GENERAL DE GLOBAL POSITION**  
**PILAR RODAL, CHANNEL MARKETING EN ASUS**

ENERO 2021

# TOSHIBA LANZA LA PLATAFORMA DE COMERCIO UNIFICADO ELERA

**Autor:** Redacción **eSemanal**

• TOSHIBA GLOBAL COMMERCE SOLUTIONS PRESENTÓ ELERA, UNA PLATAFORMA DE COMERCIO UNIFICADA E INTEGRAL QUE PERMITIRÁ A LOS MINORISTAS REIMAGINAR SUS NEGOCIOS SIN LAS LIMITACIONES DE LOS SISTEMAS INFORMÁTICOS MINORISTAS TRADICIONALES.

**E**n un comunicado, la marca indicó que los minoristas no tienen escasez de ideas innovadoras para reinventar sus negocios, impulsar los ingresos, la lealtad del cliente y la preferencia de marca. Sin embargo, llevar estas ideas a pruebas en la tienda, iterarlas rápidamente e implementarlas a escala lleva años. Como ha demostrado COVID-19, muchos minoristas lucharon por moverse lo suficientemente rápido para crear modelos operativos sostenibles para la recolección en la acera, la entrega sin contacto y más.

“El año pasado fue uno de los más desafiantes en la memoria reciente para los minoristas, sin embargo, ha sido sorprendente ver cuántos aceptaron el desafío de servir a sus comunidades en condiciones adversas”, dijo Rance Poehler, presidente y director ejecutivo de Toshiba Global Commerce Solutions. “Para nosotros, ELERA no se trata solo de llevar nueva tecnología al mercado; se trata de permitir que los minoristas y la industria en su conjunto prosperen, volviéndose más resilientes hoy, mientras persiguen un camino claro hacia un futuro sin fricciones”.

Los minoristas preparados para el futuro requieren infraestructuras ágiles

Según el informe del cuadrante “preparado para el futuro” del Centro de Investigación de Sistemas de Información (CISR) de MIT Sloan, el 53 por ciento de las empresas todavía operan en un entorno tecnológico de “silos y espaguetis”. Muchos de estos entornos se basan en sistemas monolíticos que requieren que los minoristas pasen por complejos procesos de desarrollo y prueba que pueden retrasar el lanzamiento de nuevos servicios en las tiendas por meses e incluso años. ELERA adopta un nuevo enfoque, empleando microservicios para eliminar las limitaciones de TI: transformar la infraestructura minorista en entornos dinámicos y ágiles en los que los minoristas de todo el mundo pueden implementar nuevos servicios en unos días y luego probarlos, mejorarlos, actualizarlos y escalarlos de forma independiente para satisfacer la demanda. sin interrumpir ni reemplazar los sistemas heredados.

### **Un enfoque integral habilitado para la nube**

Ya en uso por los segmentos de productos generales y de comestibles minoristas de gran volumen, ELERA es una solución integral habilitada para la nube que abarca tres áreas críticas:

**-Microservicios:** proporcione más de 30 microservicios preempaquetados como reembolsos, promoción, precio y organización de POS, junto con más de 400 API para desarrollo e integración personalizados. Estos microservicios sirven como base para crear casos de uso transaccional tanto dentro como fuera del entorno de la tienda para los minoristas.

**-Soluciones de datos:** aproveche el poder de los macrodatos en conocimientos prácticos que permitan a las empresas permanecer más cerca de sus clientes y obtener una visibilidad única del rendimiento de la tienda y el comportamiento de los clientes en la tienda.

**-IOT y puntos de contacto:** permiten una integración e implementación más rápidas de nuevas innovaciones comerciales sin fricciones que incluyen POS, autoservicio, sensores de IoT, cámaras de visión por computadora, dispositivos inteligentes y más.

Con el tema “Listo para lo que sigue”, Toshiba presentó soluciones que ayudan a los minoristas globales a prepararse para lo desconocido, adaptarse rápidamente al cambio e innovar gradualmente para acelerar su camino hacia la ausencia de fricciones.



# Síguenos en Youtube

/eSemanal Periodismo del Canal TIC



# INGRAM MICRO REWARDS CLUB IMPULSA Y RECOMPENSA LAS VENTAS DE SUS PARTNERS

• LAS CAPACITACIONES EN INGRAM TAMBIÉN SUMAN PUNTOS.

Autor: Raúl Ortega

El nuevo programa de recompensas del mayorista busca incentivar los esfuerzos de sus socios a través de diversas mecánicas para generar puntos, que serán canjeables por premios que van desde artículos hasta viajes.

Con un catálogo de más 10 mil productos a escoger, además de experiencias (viajes), Ingram Micro presentó Rewards Club, una plataforma accesible que compensa el trabajo de sus socios de negocio. Las marcas que se incluyen en el portafolio del mayorista, así como la compañía, llevarán a cabo mecánicas en las que podrán participar los canales y ganar puntos de forma mensual.

“NO ES NECESARIO QUE EL PARTNER, COMO EN ALGUNAS OTRAS PLATAFORMAS, ESTÉ ENVIANDO LAS FACTURAS O CIERTOS REQUERIMIENTOS, SOLAMENTE ES NECESARIO QUE, CON LA INVITACIÓN QUE LE LLEGÓ ACEPTÉ LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES, PARA QUE ASÍ, CON LAS COMPRAS Y LAS MECÁNICAS QUE ESTÁN DANDO PUNTOS, PUEDA GOZAR DE LAS RECOMPENSAS EN PREMIOS”: FABIÁN SOTOMAYOR, GERENTE SR DE MARKETING EN INGRAM MICRO.



**FABIÁN SOTOMAYOR**

Un elemento importante a resaltar es que, a diferencia del anterior programa, el partner podrá redimir sus puntos y no los perderá en caso de no utilizarlos durante algún tiempo. La plataforma descansa sobre cuatro pilares, así lo explicó Fabián Sotomayor: “Estamos colocando cuatro pilares en este programa de lealtad, la primera es la comunicación para estar en contacto con el cliente para que conozca las mecánicas. La segunda es educación y capacitación, en las que diversas marcas van a estar capacitando dentro de la plataforma y premiando por las mismas. Tercero está vinculado a reconocimiento y recompensas con amplio catálogo. La última es lealtad y desempeño del canal, a medida que utilicen la plataforma se les estará premiando”.

Algunas de las recomendaciones de los socios, para incluir en el programa, estuvo ligado al aumento de puntos para cada dinámica, ampliar el catálogo, acortar el tiempo de canje de los puntos y eliminar la expiración de los mismos, con lo que Ingram fortalece su compromiso de impulsar y premiar el trabajo de los canales.

La plataforma ya se encuentra activa y para hacer uso de ella, el canal únicamente requiere registrarse, adquirir productos de las marcas que comercializa Ingram, inscribirse a entrenamientos y capacitaciones, acumular puntos y finalmente intercambiarlos por premios.

# EL NEGOCIO DE LA TECNOLOGÍA SE AFIANZA EN 2021: IKUSI

Texto: Raúl Ortega

## • RETOS Y PRINCIPALES TENDENCIAS TECNOLÓGICAS.

Las herramientas tecnológicas serán el aliado principal para las empresas que busquen permanecer en el tiempo, ya que en buena medida su adaptación a estos modelos será clave para la continuidad, además de abrir espacios para comercializar de manera eficiente sus servicios, en consecuencia, el canal podrá ofrecer diversas soluciones que permitan habilitar estos escenarios. Ikusi se dio a la tarea de esbozar el panorama para 2021, a partir de los datos obtenidos de las soluciones que comercializa la marca, por lo que dejó ver que las empresas deben contar con diseño de estrategia corporativa afianzada con la tecnología, que a su vez le permita una adaptación al entorno, implementar la tecnología como elemento indispensable para planeación de cualquier estrategia corporativa y el uso de plataformas tecnológicas equipadas con sistemas de automatización e inteligencia artificial (IA).

“Con las restricciones físicas que existen actualmente, para estar en los espacios de trabajo, debemos buscar elementos que permitan tener movilidad, para que donde te encuentres, puedas acceder a herramientas que te ayuden a mantener la continuidad operativa y que están disponibles con mayor auge en el mercado”: Gustavo Valdez, Director de Ikusi México.



GUSTAVO VALDEZ

## Adaptación al mundo digital

Los cambios en los modelos de trabajo, las formas de comprar y en general la vida cotidiana desde la óptica digital, estará acompañada por diversos elementos que las empresas deben tomar en consideración al momento de entrar de lleno al mundo digital, ya que la experiencia será el principal motor para retener o perder a los clientes, en razón de esto es que deben contar con soluciones personalizadas que se ajusten al rol de la empresa y es ahí donde los canales pueden ofrecer un portafolio variado de productos que cumplan estas funciones.

Algunos puntos a tomar en consideración para una transición al mundo digital, es comenzar por migrar los sistemas operativos a la nube, buscar que las interacciones físicas sean más eficientes, efectivas y seguras para los empleados, además de enfocarse en el cliente a través de implementaciones tecnológicas que limiten el contacto entre personas, pero sin comprometer la experiencia del usuario, al respecto Gustavo Valdez comentó: “Las empresas tienen que ver a la tecnología como un inversión y parte fundamental del desarrollo y permanencia de los negocios. Es importante el invertir en herramientas tecnológicas que resuelvan una necesidad, pero tomando en consideración su permanencia en el tiempo”.

A su vez, desarrollos como IA y Machine Learning tomarán mayor relevancia en las empresas como piezas indispensables para estrategia de negocios. Es así que, los canales deben apostar fuertemente por estar capacitados y especializados en estos temas, ya que en la medida que tengan un conocimiento profundo de estas soluciones, podrán ofertar mejores productos y obtener ganancias mayores.

Es importante señalar que, además de las herramientas para habilitar el trabajo remoto, también es necesario contar con una estructura de seguridad robusta, a propósito del incremento exponencial de ataques, robo de información o secuestro de datos, a partir de que los trabajadores han migrado al modelo de teletrabajo.



## AURELIO SÁNCHEZ

“Existen grandes retos para el trabajo remoto y esperamos que, para mediados del 2021, ya estemos en modelo híbrido, combinando las experiencias virtuales y personales”: Aurelio Sánchez, Director de Estrategia y Nuevos Productos en Ikusi México.

La marca cerró el evento comentando que, en los próximos 18 a 24 meses, se espera que las experiencias digitales sean más fluidas y entrelazadas, por lo que las interacciones online y offline ya no serán experiencias separadas, sino que serán una combinación que integrará lo mejor de cada proceso, todo ello en beneficio de los clientes.

# EL 2021 ES EL AÑO DE LA REINVENCIÓN DEL ECOSISTEMA DE CANALES EN LATINOAMÉRICA

\*Saida Ortiz

LAS PROFUNDAS TRANSFORMACIONES QUE EXPERIMENTÓ EL ECOSISTEMA DE CANALES EN 2020 CONTINUARÁN REVOLUCIONANDO EL 2021. LA ACTIVIDAD COMERCIAL DIGITAL EN LATINOAMÉRICA DIO UN IMPORTANTE SALTO EN 2020; UN PROGRESO QUE TARDARÍA AÑOS OCURRIÓ EN UN PAR DE MESES.



SAIDA  
ORTIZ

Por ejemplo, Mercado Libre, una compañía de comercio electrónico, agregó un 45% de nuevos clientes en marzo de 2020 en comparación con el mismo mes de 2019.

Un estudio realizado por VISA en mayo de 2020, con clientes de Argentina, Brasil, Chile, México y República Dominicana, mostró que durante la pandemia, los pagos en efectivo se limitaron a un 44% del grupo encuestado. El 72% de la población en estos países ha utilizado tarjetas de débito y el 63% ha utilizado tarjetas de crédito.

Estos datos demuestran los grandes cambios en el comportamiento de los mercados latinoamericanos. Es fundamental que los altos directivos en las compañías de los canales comprendan este escenario y reinventen sus negocios en 2021.

A continuación, se encuentran las principales tendencias para los canales en 2021.

**1. Fusiones y adquisiciones:** La ola de fusiones y adquisiciones ha llegado a Latinoamérica y está impulsando una consolidación de los canales. En este momento, las compañías y negocios más grandes y con mayor liquidez están buscando socios con experiencia en servicios. En algunos casos, en lugar de una adquisición, se ha forjado una alianza entre los socios de los canales que cuentan con una oferta complementaria y cobertura geográfica.

**2. Computación en nube:** El interés de los socios de los canales por adquirir conocimientos en computación en la nube –y tener acceso a nuevas oportunidades– está creciendo rápidamente. El crecimiento en el uso de la nube en toda Latinoamérica forma parte del cuadro. De acuerdo con el instituto de investigación MarketWatch, para 2024 el uso de soluciones y servicios en la nube en nuestra región representará un mercado de \$51.500 millones. Dicha cantidad representa una oportunidad para que los socios vayan más allá del modelo tradicional de venta de soluciones en las instalaciones e inviertan en ventas recurrentes para sus clientes. En 2020, muchas de estas ventas recurrentes se lograron mediante nubes híbridas públicas o privadas. Específicamente en el espacio de infraestructura digital, visualizo a los socios desarrollando una oferta mixta, vendiendo soluciones críticas, como sistemas de potencia y enfriamiento, en el formato de “en las instalaciones”, junto con monitoreo ambiental remoto, servicios, etc. Esta es una oferta personalizada que garantiza la continuidad de las aplicaciones críticas procesadas en la nube para las compañías usuarias.

**3. Computación en el borde de la red:** En 2021, las nuevas aplicaciones seguirán llevando a las compañías usuarias latinoamericanas a buscar soluciones de computación en el borde basadas en centros de datos modulares, que incluyan desde un solo rack hasta una fila de racks, un pasillo, una sala, etc., con el fin de acelerar el procesamiento de datos y ofrecerles una mejor Experiencia de Usuario (UX) a los clientes internos y externos. Esto ya es una realidad en nuestra región. Brasil es el líder en soluciones de computación en el borde de la red. Cabe destacar que existen miles de Proveedores de Servicios de Internet (ISP) distribuidos en todo el país que buscan este tipo de solución. Brasil es seguido de cerca por México, Chile y Uruguay. En todas las geografías, las soluciones de computación en el borde de la red se encuentran presentes en muchas industrias, como la atención médica, la educación, la fabricación y el gobierno.

**4. Transmisión de video en directo y 5G:** La computación en el borde de la red también es vital para garantizar la calidad de los servicios digitales para los proveedores de transmisión de video en directo (streaming) como Netflix y Amazon Prime. La industria del entretenimiento está experimentando cambios, los cuales están haciendo que los consumidores latinoamericanos busquen acceso a Internet por parte de proveedores de telecomunicaciones que cuenten con una ubicación cercana a donde se consumen los datos. Esto hace que la industria de telecomunicaciones sea una de las que

más necesite soluciones avanzadas de infraestructura crítica en 2021. A medida que inicien los lanzamientos de la red 5G, habrá una mayor demanda de centros de datos modulares. Uno de los elementos más característicos de la red 5G es su baja latencia, lo cual exige la distribución de los centros de datos en toda Latinoamérica, más allá de los grandes centros urbanos. Las redes 5G solo entrarán en funcionamiento en la región hasta 2027.

**5. Servidores y UPS:** Otra área con grandes oportunidades para los socios especializados en infraestructura crítica es la venta de sistemas UPS y servidores. Han quedado atrás los tiempos en que estos dispositivos podían comprarse para implementaciones independientes. La creciente criticidad de los negocios digitales requiere que los servidores y UPS deban integrarse en una infraestructura única, segura, manejable y de alto rendimiento. En 2021, la mayor complejidad del mundo digital requerirá que los servidores y UPS se incluyan en un proyecto que pueda utilizar centros de datos modulares, por parte de un socio capacitado y cualificado según las buenas prácticas de infraestructura crítica. Además, esta es una oportunidad para ofrecer plataformas de administración de la infraestructura del centro de datos (DCIM), las cuales se encuentran disponibles en versiones más optimizadas: una opción más rentable para las compañías usuarias más pequeñas. Para acelerar aún más las oportunidades relacionadas con estas soluciones, Vertiv, junto con Dell, Lenovo y HPE, ofrece paquetes com-

pletos de infraestructura crítica.

**6. Integración de TI y OT:** Finalmente, un área estratégica para la generación comercial de socios en 2021 son las crecientes integraciones entre TO (Tecnología Operativa) y TI. Esta oportunidad también incluye todos los requisitos para el procesamiento crítico de los entornos del IIoT e IoT en general. La reciente asociación entre Vertiv y Honeywell presenta nuevas oportunidades en los proyectos de automatización para el canal de LATAM. Entre más conocimiento tenga un socio sobre industrias específicas (metales, mecánica, plásticos, procesos, etc.), mejor posicionado estará para proponer soluciones de infraestructura crítica compatibles con la continuidad de los procesos industriales y que garanticen su integración con el área de TI.

En 2021, la infraestructura crítica de Latinoamérica continuará expandiéndose para dar soporte a las aplicaciones como los edificios inteligentes y las ciudades inteligentes, la telesalud, la automatización de las plantas industriales, el aprendizaje electrónico y el trabajo remoto. Cada una de estas aplicaciones es una oportunidad empresarial para los socios. En una economía competitiva, los mejores socios serán aquellos que confían en la tecnología y el conocimiento para desarrollar soluciones que garanticen de forma efectiva la continuidad empresarial para sus clientes.

*\*La autora es Channel Director para Vertiv LATAM.*

# LAS OPORTUNIDADES QUE SE PRESENTARÁN TRAS LA PANDEMIA

 \*Por Óscar Sánchez



ÓSCAR  
SÁNCHEZ

**H**emos visto cambios importantes desde el inicio de la pandemia, cambios que se preveía durarían meses –o mucho más– y sin embargo sucedieron en cuestión de días. En la compañía respondimos a todos ellos de inmediato y como un equipo, y nos enfrentaremos a lo que está por venir manteniendo la misma línea: juntos.

A medida que volvemos a la normalidad, se presentan algunas cuestiones que son clave, y estoy completamente seguro de que Kyocera tiene la capacidad, recorrido e impulso para encararlas, gracias a las estrategias que hemos venido desarrollando, sobre todo en el área de transformación digital.

Desde el comienzo de la pandemia, el escepticismo al respecto del teletrabajo se ha desvanecido, y es obvio que está aquí para quedarse: ofrece al empleado más libertad, flexibilidad y, por experiencia personal, puedo decir que nuestro equipo ha sido ejemplar en términos de compromiso y motivación durante este periodo de disrupción. Sé bien que este ha sido el caso de muchas empresas en todo el mundo. Y esto va a tener consecuencias en la industria de las soluciones documentales. En primer lugar, habrá menos empleados trabajando en oficinas y esto, naturalmente, disminuirá el volumen de impresiones. Además, y al menos en el corto plazo, las compañías que vuelven a la oficina tendrán que convivir con severas políticas de higiene para evitar la propagación y los contagios del COVID.

Estas cuestiones provocarán que la distribución y organización de los espacios de trabajo cambien necesariamente y para siempre: se limitará todo equipamiento que se comparta, empezando por las impresoras y MFPs.



Por lo tanto, después de muchos años de impresión centralizada y reducción progresiva de dispositivos de escritorio, podríamos asistir a una reversión de la tendencia: impresión descentralizada e impresoras multifunción y A4 de escritorio individuales.

Pero hay más, este retorno a la oficina también sirve en bandeja el incremento de la relevancia de los procesos digitales eficientes. Veremos un reemplazo de procesos dependientes de papel, aún presentes en multitud de empresas, para dar paso a servicios y soluciones vinculados a consultoría, gestión documental y automatización, sin la cual no se entenderá un negocio.

En Kyocera siempre hemos visto los retos como oportunidades, y este periodo de cambio no es una excepción. Tenemos un largo recorrido en el ámbito de las soluciones digitales para todo tipo de sectores y, además, hemos realizado inversiones muy contundentes en investigación y desarrollo.

Esto nos permite ofrecer a nuestros clientes soluciones más innovadoras y generar mucho más valor.

Nuestra posición es sencillamente excelente para satisfacer este cambio en la demanda: tene-

mos la mejor multifunción A4 del mercado y la gama de impresoras más competitiva de la industria. Mención aparte merece Databank, una de las compañías del grupo Kyocera Document Solutions America, Inc. Estamos hablando de una empresa líder en automatización de procesos y gestión documental, lo que nos proporciona un know-how incomparable.

Es fundamental que seamos capaces de proponer soluciones antes de que el mercado las demande. Tal como decía antes, la digitalización de procesos ha sido acelerada de un modo formidable por lo que, desde el punto de vista de producto, es preciso que también aceleremos en la integración de nuestras soluciones de software con nuestro portfolio de hardware.

Para continuar superando las expectativas de nuestros clientes, es vital que nuestras A4 ofrezcan las mismas funcionalidades que las A3, que popularizaron la integración de flujos de trabajo y administración de documentos, combinada con una perfecta experiencia cliente tanto con papel como con digital. Nuestro empeño permanente es incrementar eficiencia y productividad del cliente y sus equipos de trabajo. Por último, esperamos un crecimiento significativo en la de-

manda de hardware de impresión de producción, y Kyocera va a realizar una inversión muy significativa en el desarrollo de productos para este segmento. La revolucionaria TASKalfa Pro 15000c representa una nueva dirección, ciertamente emocionante, para Kyocera. Este hardware es el trampolín para nuestro crecimiento en este segmento.

Han cambiado muchas cosas desde que nos inundó la pandemia, pero también muchas otras se han mantenido idénticas. En Kyocera seguimos siendo los primeros en defender la colaboración y la innovación, y los que nos esforzamos por mejorar día a día en beneficio de nuestros socios y clientes.

Lo hemos hecho siempre a lo largo de nuestra historia: nos adaptamos a los tiempos, nos anticipamos y ofrecemos productos excelentes a nuestros clientes.

**\*El autor es Presidente y CEO de Kyocera Document Solutions America.**

# LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN LOS SISTEMAS DE AIRE ACONDICIONADO PARA **DATA CENTER: HIREF**

www.youtube.com/noticiasdelcanal

**Autor:** Redacción **eSemanal**

• LA INDUSTRIA DE FABRICACIÓN DE AIRES ACONDICIONADOS DIRIGIDOS A CENTROS DE DATOS SERÁ DE LOS POCOS NEGOCIOS QUE CRECERÁN A DOBLE DÍGITO EN EL PRESENTE AÑO, DEBIDO A QUE LAS EMPRESAS BUSCAN OPTIMIZAR SUS PRESUPUESTOS AL MÁXIMO AL AHORRAR ENERGÍA ELÉCTRICA, YA QUE MÁS DEL 40% DEL CONSUMO PROVIENE DE LOS SISTEMAS DE ENFRIAMIENTO.

HiRef presentó soluciones sustentables, capaces de reducir al mínimo el despilfarro de energía y la contaminación que se genera, enfocándose en Centros de Datos TI y Telecom, Cross Technologies, además de Edificios Inteligentes, Industrial, Edge Data Centers, entre otros.

En México, según HiRef, la demanda de datos por parte de la sociedad no decrecerá en 2021 pese a la crisis; incluso podría incrementarse por el hacinamiento derivado de la pandemia, tanto en actividades como el home office, la escuela a distancia, los sistemas de televisión bajo demanda, además de las actividades tradicionales que ocupan a los Centros de Datos, así lo aseguró la Ing. Alejandra Castellanos, Directora general de HiRef México: "Somos de las pocas industrias que deben seguir creciendo a dos dígitos y eso es una excelente noticia para los integradores de soluciones que están enfocados a este sector, como los Data Center, tanto los de Telecom, como los que se están diseñando para edificios inteligentes y el sector industrial, deben optimizar sus gastos más que nunca, el ahorro está al alcance de la mano: minimizando el consumo energético que generan los sistemas de aire acondicionado de precisión".

**"DICHOS SISTEMAS OCUPAN MÁS DEL 40% DEL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS CENTROS DE DATOS. LOS SISTEMAS DE HIREF PUEDEN UTILIZAN FREE COOLING, ES DECIR, QUE A TRAVÉS DE LA TEMPERATURA EXTERIOR Y CON LA DIFERENCIA DE TEMPERATURA QUE TENEMOS DENTRO DEL EDIFICIO, PODEMOS OBTENER GRANDES AHORROS SIMPLEMENTE HACIENDO EL DISEÑO CORRECTO. HIREF OFRECE SISTEMAS QUE UTILIZAN REFRIGERANTES CON UN GWP [POTENCIAL DE CALENTAMIENTO GLOBAL] IGUAL A 1; ES DECIR, QUE YA NO TIENEN IMPACTO ECOLÓGICO NEGATIVO. UTILIZAMOS OTRO TIPO DE REFRIGERANTES COMO A2L CON UN GWP DE 400, O DICHO DE OTRA FORMA CON UN IMPACTO REALMENTE MUCHO MENOR": ING. ALEJANDRA CASTELLANOS.**



## ALEJANDRA CASTELLANOS

Finalmente, estas soluciones pueden instaurarse tanto en nuevos Centros de Datos como en existentes y enfocarse en todas las categorías según su alta disponibilidad, por lo que están destinados a todas las industrias, ya sea Telecom, TIC, Edificios Inteligentes, sector automotriz, alimentos, instituciones financieras y bancarias, corporativos y más.

### OFERTA POR SECTORES:

**Acondicionamiento IT:** Las soluciones de HiRef para el acondicionamiento IT se basan en criterios de optimización orientados hacia la utilización en sus equipos de nuevos refrigerantes de menor impacto ambiental como el CO2 o A2L así como la eficiencia energética, con el fin de reducir los consumos y, por lo tanto, los costos de gestión. Son los siguientes: Unidades perimetrales. Unidades en fila. Sistemas para alta densidad. Chillers y Control, monitoreo y gestión.

**Telecom:** Las unidades de acondicionamiento de HiRef para Telecomunicaciones están diseñadas para la maximización del efecto sensible, para el uso con Free-Cooling directo o con alimentación de emergencia de 48/24 VCC, asegurando un uso continuo incluso en condiciones extremas en: Acondicionadores interiores. Acondicionadores Exteriores. Acondicionadores Split y a la medida.

**Cross Technologies:** Aplicación de tecnologías diversas en diferentes campos del acondicionamiento, buscando el uso más racional de la energía, con el fin de ahorrarla, así como para reducir las emisiones y los costos de gestión. Consisten en: Soluciones con bomba de calor. Módulos hidrónicos con bomba de calor. Soluciones para procesos industriales y Sistemas de Aire / Aire de Alto Rendimiento.

# GENETEC EXPONE SUS PREDICCIONES SOBRE LAS TENDENCIAS DE SEGURIDAD FÍSICA PARA 2021

Autor: Redacción **eSemanal**

LAS TENDENCIAS CLAVE INCLUYEN APLICACIONES INNOVADORAS DE TECNOLOGÍA DE SEGURIDAD, ENFOQUE EN LA PRIVACIDAD, PREOCUPACIONES CRECIENTES DE CIBERSEGURIDAD, ADOPCIÓN DE LA NUBE HÍBRIDA Y UN MAYOR ESCRUTINIO DE LOS PROVEEDORES.

EL PROVEEDOR DE TECNOLOGÍA DE SEGURIDAD UNIFICADA, SEGURIDAD PÚBLICA, OPERACIONES Y SOLUCIONES DE INTELIGENCIA EMPRESARIAL, COMPARTIÓ SUS CINCO PRINCIPALES PREDICCIONES PARA LA INDUSTRIA DE LA SEGURIDAD FÍSICA EN 2021.

Las soluciones innovadoras de seguridad ayudarán a las empresas a prosperar después de la pandemia

Aunque el mundo sigue siendo optimista para el año 2021, las organizaciones tendrán que seguir siendo creativas en cuanto a la forma en que utilizan, actualizan y redistribuyen sus sistemas de seguridad en sus instalaciones.

Eso les permitirá empezar a pensar más ampliamente sobre el papel de la seguridad física y lo que pueden hacer más allá de las aplicaciones tradicionales para ofrecer más valor.

Ya se han visto pruebas de esta resiliencia e ingenio en los últimos meses con muchas organizaciones que se han adaptado rápidamente a las nuevas necesidades y desafíos que plantea la COVID-19, utilizando su tecnología de seguridad física como herramienta estratégica en la lucha contra la pandemia.

En muchos sentidos, las extraordinarias dificultades que ha traído consigo la situación actual han hecho que se preste mayor atención al papel y la importancia de la industria de la seguridad física. Y una vez que la pandemia esté finalmente en el espejo retrovisor, se cree que las organizaciones continuarán viendo su tecnología de seguridad física y los datos relacionados, tanto estratégicos como de estructuración empresarial.

Las empresas se centrarán en la protección de la privacidad

En un esfuerzo por mantener a la gente segura durante la pandemia, muchas organizaciones se apresuraron a implementar dispositivos de "detección de fiebre" y otros sensores nuevos sin tener necesariamente el tiempo para considerar las implicaciones de privacidad. La preocupación por la privacidad pública relacionada con el rastreo de contactos de la COVID-19 y otros desafíos sociales seguirá creciendo.

Estos temas sensibles requerirán que la industria de la seguridad física aborde la privacidad de frente y encuentre soluciones adecuadas, en lugar de obstaculizar el desarrollo de nuevas tecnologías, la privacidad resultará ser una fuerza motriz en la búsqueda de un diseño responsable e innovador, alentando a los desarrolladores con visión de futuro y ética a adoptar las metodologías de Privacidad por Diseño.

Esto supone la incorporación proactiva de la privacidad en el diseño y el funcionamiento de los sistemas de TI, la infraestructura de redes y las prácticas comerciales, desde la primera línea de código hasta los proveedores terceros seleccionados para la asociación e integración.

Adicionalmente, en la industria de la seguridad física, el desarrollo de una solución de software teniendo en



cuenta la privacidad desde el principio, significa que las organizaciones no tendrán que elegir entre proteger la privacidad individual y garantizar su seguridad física. La privacidad debería ser siempre la opción predeterminada y no al revés, y los desarrolladores de tecnología de seguridad que la tomen en serio obtendrán claras ventajas, en particular la confianza de sus clientes.

### **Los riesgos de seguridad cibernética seguirán aumentando**

Si bien la seguridad cibernética ha sido un problema durante algún tiempo, lamentablemente seguirá siendo una preocupación vital en 2021. Desde escuelas y hospitales, hasta empresas privadas y gobiernos, ha habido un aumento de los ciberataques durante el último año. Sólo en el tercer trimestre de 2020, Trend Micro informó de que había casi 4 millones de amenazas por correo electrónico y más de 1 millón de visitas a URL maliciosas relacionadas con el COVID-19.

Gran parte de esto se puede relacionar con el cambio repentino al trabajo remoto, que dejó a las empresas luchando por mantener el negocio en marcha mientras que también intentaban asegurar los activos corporativos. Este cambio resaltó el hecho de que el perímetro tradicional en TI ya no existe.

Las empresas, las organizaciones y los gobiernos tendrán que adoptar medidas decisivas para reforzar su postura cibernética o arriesgarse a socavar la seguridad de su propiedad intelectual, sus datos sensibles y su información personal. Elegir proveedores de confianza y desplegar soluciones de seguridad física que vengan con capas de defensa cibernética es fundamental.

Los equipos de seguridad entienden que la encriptación incorporada, la autenticación multifactorial y la administración de contraseñas son las primeras líneas de defensa. Más allá de eso, aprovechar otras características como el índice de riesgo de ciberseguridad, las alertas de vulnerabilidad del sistema y los recordatorios automatizados de actualizaciones de firmware y hardware, son ventajas significativas en este entorno de riesgo elevado.

### **Mayor atención a la confianza en la cadena de suministro**

La tecnología de seguridad física se ha convertido en una parte integral de la estrategia de TI de una organización y, afortunadamente, ahora está bajo el mismo nivel de escrutinio que otros elementos del pilar tecnológico de una organización. Algunos gobiernos ya están desalentando el uso de ciertos productos de los fabricantes de seguridad, citando la confianza y las vulnerabilidades de seguridad.

Los usuarios finales, especialmente en el espacio empresarial, están dedicando más tiempo a escrutar a los fabricantes, proveedores y distribuidores con los que deciden trabajar. Esto incluye hacerles a los proveedores preguntas más concretas sobre cómo gestionan las amenazas emergentes, qué tan comunicativos son sobre las vulnerabilidades de los productos y su ecosistema de socios, y cuáles son sus datos y políticas de privacidad.

Para que un proveedor de soluciones de seguridad física sea considerado un socio de confianza y de buena reputación para sus clientes, tendrá que cumplir requisitos más estrictos como parte del proceso de adquisición.

### **La demanda de soluciones de nubes híbridas seguirá creciendo**

Según el reciente informe de Forrester, Predicciones 2021: Cloud Computing Powers Pandemic Recovery, la infraestructura pública global de nubes crecerá un 35% hasta un valor de mercado de 120.000 millones de dólares durante el próximo año. A medida que el uso en línea y el trabajo remoto se dispararon durante la pandemia, se aceleró enormemente el cambio global hacia la transformación digital, que ya estaba en marcha.

Para prosperar, los profesionales de la seguridad física tendrán que seguir el liderazgo de los departamentos de TI. El año que viene, los líderes de la seguridad física deberían dejar de lado la división entre sistemas de seguridad en la nube y en sitio y adoptar un modelo de despliegue híbrido en su infraestructura de seguridad física. Esto les permitirá implementar sistemas o aplicaciones específicas en la nube, manteniendo los sistemas existentes en sitio.

Con un enfoque de nube híbrida, los directores de seguridad serán más ágiles a la hora de tomar decisiones sobre cómo pueden mejorar la escalabilidad, la redundancia y la disponibilidad para adaptarse a las necesidades cambiantes de su organización.

También podrán migrar rápidamente a tecnologías más nuevas, minimizar la huella de hardware, impulsar la ciberseguridad y reducir los costos. Las ofertas de nubes deben convertirse en una opción esencial para adaptarse rápidamente a los cambios y garantizar la continuidad de la empresa.



**eSemanal**  
NOTICIAS DEL CANAL

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



[www.esemanal.mx](http://www.esemanal.mx)

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

