

22 de Noviembre 2021 · Año 30 | No. 1454

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

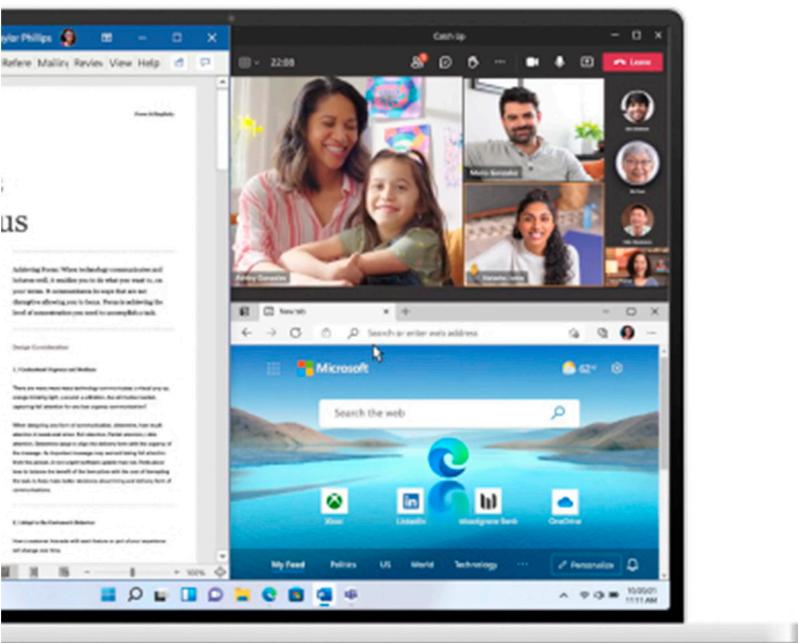
GUÍA DE COMPRA
UPS Empresarial

CONVENCIÓN CT 2021

CONTPAQI
"El buen cobrar"



**INTELIGENCIA ARTIFICIAL
CONVERSACIONAL,
TODO PARA GANAR**



¡Te echamos de menos!

Volvamos hacer negocios juntos

Animáte a comprar ahora y aprovecha la **Actualización gratis*** de Windows 10 a Windows 11

Además, **cada 5 Windows 10 Pro** que lleves, escoge el regalo que más te guste:



COMPRAR AHORA

¡Es momento de volver a tu segunda casa!

Términos y condiciones: Válido hasta el 31 de diciembre 2021. No aplica con otras promociones.
*Sujeto a que la licencia de Windows 10 sea genuina y a que el computador en el que sea usado la licencia tenga las características técnicas requeridas por Windows 11. Para más información sobre Windows 11, ve a: <https://www.microsoft.com/es-co/windows/windows-11>





Álvaro Barriga •

Inteligencia Artificial Conversacional una poderosa herramienta

Según los expertos, los chatbots ya se convirtieron en una herramienta poderosa, se dice que desde el comienzo de la pandemia han tenido un crecimiento del 700% en su adopción y se espera que dentro de cinco años o menos, todas las empresas medianas y grandes de todas las industrias van a tener un servicio de Inteligencia Artificial Conversacional (IAC).

En México existen diariamente millones de conversaciones con usuarios o clientes de productos o servicios, de acuerdo con NVIDIA, son 2 billones de horas de conversaciones vía telefónica, 70 millones de horas de reuniones remotas diarias, 30 millones de consultas al día con personal médico, 100 millones de horas de consumo de contenido diario de medios y entretenimiento y más de 100 millones de compras telefónicas o en línea diarias.

Este panorama nos da muestra de la importancia de la IAC, los casos de uso son tan variados como las necesidades de los diferentes sectores, ya que pueden ser un apoyo en la atención al cliente, enfocarse en mejorar la experiencia de los conductores de vehículos, pueden apoyar al sector salud para conocer el historial médico de un paciente y darle seguimiento, entre muchas otras funciones. Algunos de los sectores que destacan en cuanto a su nivel de adopción y requerimiento de chatbots son retail, comercio electrónico,

banca, servicios financieros, afores, turismo, salud, manufactura, hospitalidad, etcétera.

El quipo editorial de **eSemanal** entrevistó a un grupo de especialistas de NDS Cognitive Labs, NVIDIA y Cisco, quienes hablaron de los beneficios de implementar un proyecto de IAC, así como de las oportunidades de negocio para el canal de distribución quienes podrán encontrar información y capacitación para aprovechar este nicho de negocio, que tiene un futuro prometedor.

En los últimos días se llevaron a cabo diferentes foros tanto de fabricantes como de mayoristas, quienes han brindado un verdadero buffet de conocimiento y oportunidades de negocio, tal es el caso del Cisco Partner Summit, el Virtual Experience team, la Convención de CT 2021, el Microsoft Channel Connect, el IT Solution Day de Maps, el Día Neocenter, entre muchos otros no menos importantes, y esta semana también se llevará a cabo la entrega de Premios Bravo de Grupo CVA.

Lo anterior habla de lo dinámica que es nuestra industria en la economía y lo importante que es para el desarrollo y competitividad de las empresas. Sin duda, el canal de distribución de TIC juega un rol determinante en la transformación digital, por lo que su responsabilidad es mantenerse al día, agregando valores a su oferta.

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: 14101. 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.

PORTADA

23 CHATBOTS inundan nuestra cotidianidad, su crecimiento es exponencial



DESARROLLADORES

6 CONTPAQI: Casi todos sabemos vender, pero pocos sabemos cobrar



CONTPAQI

8 ESEMANAL FELICITA

GUÍA DE COMPRA

10 UPS EMPRESARIAL



GUÍA DE COMPRA

MAYORISTAS

32 Trend Micro robustece ahora el portafolio de **TEAM**

42 LICENCIAS ONLINE esboza tendencias, desafíos y oportunidades

49 Reafirma **CT INTERNACIONAL** compromiso por el crecimiento del canal en la Convención 2021



CT INTERNACIONAL

TENDENCIAS

34 Home office incrementó superficie de ciberataques: **ESET**

FABRICANTES

37 CISCO PARTNER SUMMIT 2021, un abanico de oportunidades para el canal



CISCO

39 Año nuevo y propuesta nueva para los socios de negocio de **AVAYA**



PRODUCTOS

44 PRODUCTOS

BÚSCANOS EN:



/NOTICIASDELCANAL



/NOTICIASDELCANAL



ESEMANAL



ESEMANAL



55 7360 5651

WWW.ESEMANAL.MX

DIRECTORIO

Editor Alvaro Barriga 55 5090-2044 alvaro.barriga@khe.mx **Reporteros** Anahí Nieto 55 5090-2046 anahi.nieto@esemanal.mx

Raúl Ortega 55 5090-2059 raul.ortega@esemanal.mx **Redacción Web** Claudia Alba 55 5090-2044 claudia.alba@khe.mx

Diseño Carmen Núñez 55 5090-2058 carmen.nunez@khe.mx **Diego Hernández** 55 5090-2061 diego.hernandez@khe.mx

Director General Javier Rojas 55 5090-2050 javier.rojas@khe.mx **Directora Administrativa** Elvira Vera 55 5090-2050 elvira.vera@khe.mx

Facturación y cobranza Rebeca Puga 55 5090-2052 rebeca.puga@khe.mx **Ventas de Publicidad** Jennifer Flores 55 5090-2054 jennifer.flores@khe.mx

Gilberto Espino 55 5090-2055 gilberto.espino@khe.mx **Suscripciones** 55 5090-2049 suscripciones@khe.mx

Casi todos sabemos vender, pero pocos sabemos cobrar

CONTPAQi®

Software empresarial fácil y completo

PARA CUALQUIER EMPRESARIO, EL PRINCIPAL OBJETIVO DE NEGOCIO ES INCREMENTAR SUS VENTAS, YA QUE LOS INGRESOS SON EL ELEMENTO CLAVE PARA CRECER, PROSPERAR Y MATERIALIZAR LA MISIÓN Y VISIÓN QUE LOS MOTIVÓ A EMPRENDER.

Por: **Alejandro Santiago**, Director de Desarrollo de Nuevos Negocios en **CONTPAQi®**.

IP

Además, cuando se trata de revisar las operaciones del negocio, el área de ventas está debajo del reflector; directores, gerentes y ejecutivos, son cuestionados e incluso retados para incrementar, mensual y anualmente, los ingresos; su misión es ganar participación de mercado para cumplir con las metas, lo que hace de ésta una labor titánica y llena de mérito. Sin embargo, una vez que se comercializa con éxito sigue una actividad igual o más importante: cobrar de manera ágil y rápida.

Para ello, primero hay que considerar que el “buen cobrar” se compone del método para realizarlo, la persona que lo ejecuta y el “timing” o momento en que se hace; y cuando es el instante adecuado encontramos grandes beneficios para los negocios, tales como:

- Acelerar el flujo de efectivo.
- Acortar el ciclo de venta.
- Reducir cancelaciones de pedidos.
- Evitar cuentas incobrables.
- Generar ahorros operativos.
- Aumentar la satisfacción para los clientes.



ALEJANDRO SANTIAGO

Ahora bien, no hay que permitir que la emoción de la venta provoque un descuido en la cobranza, lo que podría derivar en situaciones de riesgo para la empresa. De ahí que, sin importar su tamaño o giro, es necesario establecer metodologías efectivas y diversas de cobro que ayuden a ser más eficientes, sobre todo antes los recientes cambios de hábitos de los consumidores y sus exigencias, que se han convertido en puntos clave que los vendedores deben comprender para deleitarlos y mantenerlos. Actualmente, no podemos diferenciar a nuestros consumidores; hoy solo hay clientes que exigen tener la libertad de pagar como quieran y que tienen el “superpoder” de la decisión, además de que su pensamiento se centra en la premisa de: **Mi compra mis reglas.**

Por su parte, los medios electrónicos de pago han sido uno de los grandes protagonistas de la continuidad de los negocios durante la actual pandemia, que paralizó a la población y causó, entre 2019 y 2020, el cierre de más de un millón de negocios en México, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

En este mismo periodo, en el país, también se registró un incremento de 44% en el uso de tarjetas de crédito y débito, según reveló, a finales del año pasado, la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef).

Sin duda, aquellos negocios que ya tenían habilitados medios electrónicos de pago tuvieron una ventaja competitiva, mientras que algunos otros reaccionaron oportunamente y los implementaron. No obstante, hubo unos más que no pudieron adaptarse, sufriendo diversos retos y viendo mermados sus ingresos.

Por ello, el pago con tarjetas de crédito y débito, así como otros medios electrónicos son indispensables y cada vez más usados por vendedores, además de solicitados por los consumidores. Muestra de ello son las ligas de pago o códigos QR que ahora se envían vía WhatsApp, Telegram, Messenger o correo electrónico, a fin de que el cliente pague desde donde se encuentre.

Brindar modalidades de pago que estimulen el consumo también es otra forma en que los negocios pueden mantener e incrementar sus ventas; por ejemplo, comúnmente vemos que los grandes establecimientos ofrecen promociones a meses sin intereses, atrayendo así a los consumidores que buscan comodidad de pagos y que dejan de comprar a la Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) por encontrar este beneficio.

Esto se traduce en pérdidas de ventas para los establecimientos que no cuentan con esta posibilidad. La buena noticia es que hoy día existen opciones para que cualquier negocio utilice productos fintech que les permitan competir ágilmente, ganar ventas y satisfacer a los clientes al aceptar el medio de pago que ellos prefieran.

La llamada ‘Nueva Normalidad’, provocada por la pandemia, aceleró la digitalización empresarial y nuevos hábitos llegaron para quedarse; uno de ellos es comprar y pagar a distancia y con medios de pago electrónicos; las PyMEs deben adoptar esta tendencia e integrarla a su operación natural, de modo que no pierdan competitividad, ganen la preferencia de sus clientes y aceleren sus procesos de cobro.

Y en tu empresa ¿cuántos saben cobrar?

Te invito a continuar la conversación en:
www.linkedin.com/in/alexsantia

FELICITA

Lunes 22

DANILO LUNA CAMACHO, COORDINADOR DE MERCADOTECNIA EN CT INTERNACIONAL

Martes 23

CLAUDIA GÓMEZ LLAMAS, GLOBAL MARKETING SECURE POWER VP EN SCHNEIDER ELECTRIC

ENRIQUE VILLEGAS SÁNCHEZ, LÍDER DE RUTAS DE MERCADO DE SEGMENTOS EN CISCO SYSTEMS

LILIANA GARCÍA GARCÍA, GERENTE COMERCIAL ZONA NORTE Y CENTRO EN BG2 SERVICES

Miércoles 24

ENRIQUE RIVERA GONZÁLEZ, VENDOR MARKETING SPECIALIST LATAM EN TECH DATA

JAZKIN ÁLVAREZ, FIELD MARKETING MANAGER EN LICENCIAS ONLINE

LETICIA HERRERA LÓPEZ, GERENTE DE SERVICIO AL CLIENTE EN INGRAM MICRO

RAQUEL ORNELAS PEÑA, DIRECTORA DE COMPRAS Y MERCADOTECNIA EN AZERTY DE MÉXICO

YADID FUENTES BERISTAIN, GERENTE DE ASUS COMPONENTES EN GRUPO CVA

Jueves 25

ERIKA GARCÍA PAXTIAN, MEXICO & LCR CHANNEL SALES MANAGER EN TOSHIBA GCS

FRANCISCO JAVIER GARCÍA OSORIO, DIRECTOR DE MOVILIDAD Y TRANSPORTE EN CONUEE

GUSTAVO VALERO, MERCADOTECNIA EN AZERTY DE MÉXICO

MARTÍN MEXÍA MORENO, CEO/PRESIDENTE DE MAPS

RICARDO ARAMBULA MONTES, GERENTE DE MARCA ADATA EN GRUPO CVA

Viernes 26

ADRIANA GONZÁLEZ ESCALANTE, DIRECTORA DE RP Y COMUNICACIÓN EN CANVI COMUNICAT

ERICK SALVADOR PEÑA PÉREZ, DIRECTOR COMERCIAL EN FORLAC STORE

JUAN CARLOS FLORES MONTESINOS, CEO DE CASIASHOP

CSQ TECH POR SU 3ER. ANIVERSARIO

GAME FACTOR POR SU 5° ANIVERSARIO

Sábado 27

CRISTINA DE VICTORICA MADRIGAL, DIRECTORA COMERCIAL EN INGRAM MICRO

REVKO POR SU 20 ANIVERSARIO

Domingo 28

JESÚS VILLANUEVA, DIRECTOR DE PRE-VENTA EN CSQ TECH

OLIVER MIRANDA, DIRECTOR DE MARCAS PROPIAS EN GRUPO CVA

RAYMUNDO RODRÍGUEZ, SALES COUNTRY MANAGER EN SEAGATE

NACEB POR SU 7° ANIVERSARIO





Koblenz®



UPS On line

G21 TRIFÁSICO

300021 OL 3P



- 30000 VA / 27000 W
- El banco de baterías se vende por separado
- Factor de potencia .9
- Tecnología de DSP que garantiza un alto rendimiento
- Garantía del Equipo: 3 años, 2 en batería

Capacidades disponibles: 15, 20, 30 y 40 KVA's

Ideal para:



Servidores



Equipos Médicos



Redes



Telecomunicaciones



VoIP

MAYORISTAS



Comercializadora de Valor Agregado



Zaira Delgadillo
Product Manager Koblenz
zaira.delgadillo@ctin.com.mx
(662) 109 0000 Ext. 189

Christian Tapia
Product Manager
ctapia@grupocva.com
(33) 3268 1617

Mario Cervantes
Product Manager
mario.cervantes@ingrammicro.com
(55) 4598 0633

Jonathan Cortés
Product Manager
jcortes@daisytek.com.mx
(55) 5000 3518 ext. 3520

Norma Hernández
Product Manager
pm.marcas3@gloma.mx
(871) 722 5321 ext. 210

Jazmín Martínez
Product Manager
jazmin.martinez@dcm.com.mx
(55) 5262 5700 ext. 6018

Francisco Gómez García
Product Manager
fgomezgarcia@unicom.com.mx
(818) 151 7500

Jorge Carranza
Product Manager
jorge.carranza@pchimayoreo.mx
(33) 1368 4350 ext. 4373

Juan Martínez Trejo
Product Manager
juan.trejo@exel.com.mx
(55) 5078 4120 ext. 3159

GUÍA DE COMPRA

UPS Empresarial

La regulación, así como la protección de energía son elementos indispensables para cualquier organización, ya que de ello dependen sus operaciones, por lo que contar con uno o más UPS que se ajusten a sus necesidades puede hacer la diferencia al momento de dar seguridad y continuidad, es por ello que en esta edición eSemanal presenta algunas opciones sobre los UPS Empresarial que actualmente se ofertan en el mercado mexicano.

Texto: Raúl Ortega

APC Schneider Electric Easy UPS Trifásico

Características: Easy UPS 3S proporciona estabilidad de energía con especificaciones eléctricas sólidas y rendimiento duradero para garantizar la continuidad de su negocio. Diseñado para una instalación rápida y sencilla en el centro de datos o la sala de comandos eléctricos, este sistema UPS EcoStructure conectado cuenta con una amplia ventana de temperatura de funcionamiento y una sólida protección contra sobrecargas, todo en un formato compacto y ligero.

Garantía: Tres años.

enrique.hernandezcuellar@se.com



APC Schneider Electric SMT1000C

Características: El Smart Connect UPS proporciona una batería temporal cuando la energía se ha agotado. Contiene un grupo de salidas único que puede controlarse por separado desde el UPS para el reinicio independiente de los dispositivos conectados, con secuenciación de activación/desactivación y reparto de cargas no críticas. Reduce los costos de consumo eléctrico, genera menos calor y ayuda a prolongar la vida de la batería regulando la tensión de carga de acuerdo con la temperatura real de la batería.

Garantía: Tres años.

joaquin.suarezsolis@se.com



GUÍA DE COMPRA

CDP R-UPR1008

Características: Indicadores estado de UPS, breaker de protección contra sobrecarga y corto circuito, 8 contactos de salida: 2 con supresión de picos y 6 con respaldo/regulación. Ideal para proteger: Pantallas LED/LCD, cómputo, audio/video, telefonía, puntos de venta, routers, módems, CCTV, consolas de video y más.

Garantía: Dos años de garantía cambio físico inmediato.



CDP UP011-IRTAX

Características: Bypass estático, paro de emergencia (EPO), onda senoidal pura a la salida, factor de potencia 1, tarjetas opcionales SNMP/Control, 4 terminales de salida NEMA 6-20R. Entrada banco de baterías externas. Ideal para centros de datos, puntos de venta, cajeros automáticos y aplicaciones industriales.

Garantía: Dos años en partes electrónicas y baterías.



ISB SOLA BASIC®

...en protección, tu única opción



PROTECCIÓN con máxima EFICIENCIA

FASE 3000
SOPORTE SENOIDAL REGULADO

IDEAL PARA:

- Equipos de cómputo
- Servidores empresariales
- Consolas de videojuegos

35
7 horas
DE RESPALDO
con 1 PC típica

NO BREAKS

DISPONIBLE EN:

SIGUENOS EN:    **HECHO EN MÉXICO**



GUÍA DE COMPRA

CyberPower HSTP3T10K

Características: UPS de torre trifásico, topología doble conversión en línea, modo ECO, expansión en paralelo de UPS, entrada de alimentación dual, compatible con generador. Salida de onda senoidal pura, protección de sobrecarga Bypass de mantenimiento, pantalla de estado LCD, puerto de apagado de emergencia (EP0).

Garantía: Tres años.

Eloy.Montalvo@cyberpower.com



CyberPower SM120KAMFX

Características: UPS modular trifásico, topología doble conversión en línea, modo ECO, expansión de UPS en paralelo, entrada de alimentación dual, compatible con generador, salida de onda senoidal pura e interruptor de bypass de mantenimiento.

Garantía: Tres años.

Eloy.Montalvo@cyberpower.com



GUÍA DE COMPRA

DataShield

KS-3000PRO

Características: Ofrece 3000VA/1800W, tiene arranque en frío, breaker de protección contra sobrecarga y corto circuito, pantalla LCD para monitoreo, regulador electrónico integrado, 4 baterías selladas libre de mantenimiento, 8 contactos de salida. Protege: pantallas, routers, módems, cómputo, entretenimiento y más.

Garantía: Dos años en partes electrónicas y un año en baterías.



DataShield

UT-3000

Características: Capacidad 3KVA/2700W, convertible para torre o rack, regulador electrónico integrado, indicadores visuales: Pantalla LCD, tecnología online doble conversión, 6 conexiones tipo NEMA 5-15R, software de monitoreo y ranura para SNMP, ideal para el uso profesional, accesorio tarjeta SNMP y de banco baterías.

Garantía: Un año contra cualquier defecto de fabricación y funcionamiento.



GUÍA DE COMPRA

Eaton

93PM

Características: UPS de gama premium, modular, con eficiencia de hasta 97% en doble conversión y hasta 99% en modo ESS. Altamente flexible para implementar y administrar. Escalabilidad vertical. Tarjeta de comunicación que cumple con estándares UL e IEC en ciberseguridad. Disponible con baterías VRLA y Litio, que son un 40% más pequeñas que las baterías VRLA y tienen el doble de vida útil.

Garantía: Un año.

AlejandroALavin@eaton.com



Koblenz

7522 USB PLATINUM

Características: UPS de 750VA, arranque en frío, breaker de protección contra sobrecarga y corto circuito, pantalla LCD con indicador de: Voltajes y Niveles de carga. Cuenta con diez contactos de salida, cinco con respaldo y regulación, más cinco con supresión de picos. Brinda protección de hasta 65min de respaldo.

Garantía: Tres años en equipo y dos años en baterías.

moralesh@koblenz.com



UPS DX LAN

1-3 kVA y 6-10 kVA



Respaldo de energía confiable



Obtén más por menos:

- Topología online doble conversión.
- Factor de potencia 9,0.
- Bypass electrónico.
- Comunicación mediante puerto USB o tarjeta de red opcional NMC.
- Interfaz amigable con el usuario
- Indicadores de niveles de carga para visualizar la capacidad disponible.
- Conexión para bancos de baterías externos (2, 3, 6 y 10kVA)

Minimiza riesgos y protege tu inversión

Ideal para: Home office, gaming, sistemas de entretenimiento, cajeros automáticos, CCTV, puntos de venta, entre otros.



Solicita más información

VanessaMota@eaton.com



EATON

Powering Business Worldwide

Hacemos que lo importante funcione*

GUÍA DE COMPRA

Koblenz

UPS 20015 OL USB/R

Características: UPS Online doble conversión ideal para respaldo de aplicaciones críticas de voz, datos, redes, servidores, sistemas de seguridad y de fabricación, tiempo de transferencia 0, Bypass, ECO, HOT SWAP, F.P .9, contactos programables, pantalla LCD para monitoreo, batería escalable, compatible con Rack 19”.

Garantía: Tres años en equipo y dos años en baterías.

moralesh@koblenz.mx



Smartbltt

SBOLIOKRT3U-2E

Características: Los UPS On-Line se caracterizan por ser equipos que se adaptan a las necesidades de las empresas. Con doble conversión, diseño rack / torre, interfaz LCD amigable con el usuario, 50Hz/60Hz modo de convertidor de frecuencia, función de apagado de emergencia y comunicaciones SNMP/USB/RS-232.

Garantía: Dos años en electrónica y uno en baterías.



GUÍA DE COMPRA

Smartbitt SBOLI0KTII-3

Características: Ideal para corporativo y gobierno. Smartbitt ofrece una serie de equipos tipo torre de capacidades mayores para cubrir grandes necesidades. Equipos ideales para cargas críticas, networking y servidores. Doble conversión, interfaz LCD amigable con el usuario y función de apagado de emergencia (EPO).

Garantía: Dos años en electrónica y uno en baterías.



Tripp Lite

UPS SmartOnline SV80KM4P4B Serie SV

Características: UPS de 80kVA, ofrece la máxima protección de grado de red en bastidor mediano, configurable, modular y escalable, tarjeta de red preinstalada que habilita acceso remoto. Reduce costos de operación y enfriamiento en modo económico, regulación de voltaje de salida de 1% e incluye 4 baterías internas Hot-Swap.

Garantía: Limitada por dos años.



SOLUCIONES DE RESPALDO Y PROTECCIÓN DE ENERGÍA PARA ENTORNOS DE MISIÓN CRÍTICA

IDEALES PARA CENTROS DE DATOS MEDIANOS, GRANDES Y APLICACIONES INDUSTRIALES

UPS TRIFÁSICOS STANDALONE Y MODULARES CON CAPACIDAD DE HASTA 400kVA

Aplicaciones Típicas

- Corporativos y Centros de Datos
- Aulas informáticas, Centros de Servicio
- Proveedor de Servicios de Internet (ISP)
- Centro de Datos de Internet (IDC)
- Equipo de Telecomunicación y Redes
- Equipo industrial

Series SM, UPS modular trifásico con diseño de redundancia N+X y modularidad intercambiable en caliente para aplicaciones de misión crítica.
Series HSTP33, UPS standalone trifásico con capacidad de expansión paralela para lograr redundancia de energía N+X para aplicaciones empresariales.



Topología de Doble Conversión



Tecnología Ahorro de Energía



Reg. Automática de Voltaje (AVR)



Supresión de Picos



Salida de Onda Senoidal Pura



Pantalla LCD Multifunción



Compatible con Generador



Modo ECO



Capacidad de Paralelamiento



Sistema de Administración de Baterías (SMB)



Entrada Dual

• **Contacto**
mx.contact@cyberpower.com

• **Teléfonos**
(55) 4622 8654 - (55) 5687 8655

• **Ventas**
mx.sales@cyberpower.com

• **Soporte Técnico & Garantías**
mx.service@cyberpower.com

 @cyberpowermx

 @cyberpowermx

 CyberPower Systems Mexico

2 GARANTÍA
AÑOS

1 AÑO EN LAS BATERÍAS

CyberPower®

GUÍA DE COMPRA

Tripp Lite

UPS Trifásico SmartOnline S3MI5K3B

Características: Ofrece energía de alto rendimiento de 15kVA/kW y factor de potencia uno para equipos críticos, en un gabinete extra compacto. Permite conectar 4 UPS S3M para aumentar capacidad o redundancia, reduce costos de electricidad y enfriamiento al ser Energy Star y permite administración remota con tarjetas de red opcional.

Garantía: Limitada por dos años.



Vertiv

UPSEXL S1

Características: Monolítico sin transformador. Este UPS se caracteriza por ocupar un espacio reducido en el área blanca y una alta densidad de potencia por metro cuadrado. Además, ofrece una excelente eficiencia operativa, una sólida protección del suministro eléctrico y una conexión inteligente en paralelo, lo cual optimiza el rendimiento a carga parcial y aumenta el ahorro en costos.

Garantía: Limitada de un año contra defectos.



GUÍA DE COMPRA

Vertiv

UPS Trifásico Liebert EXM

Características: El UPS Liebert EXM es diseñado para proteger el suministro eléctrico de manera eficiente. Este UPS cumple con sus requisitos de funcionamiento y de inversión de capital. Alcanza una alta eficiencia en todo el rango de capacidad.

Garantía: Limitada de un año contra defectos.



Vlca

OSR 6 KVA

Características: UPS OnLine de doble conversión de alto rendimiento, redundancia N+X paralela y ampliación de capacidad (opcional), interruptor de bypass de mantenimiento de la unidad de distribución de energía, distorsión armónica <5% entrada < 2% salida, función EPO, modo de alta eficiencia ECO. Se puede conectar en paralelo, ideal, para centro de datos medianos.

Garantía: Dos años de garantía, uno en baterías.



GUÍA DE COMPRA

Vlca

OS3000KVA

Características: UPS Online con doble conversión en línea con factor de potencia de 0.99 para un alto desempeño en aplicaciones críticas, cuenta con banco de batería adicional opcional, amplio rango de voltaje (110-300VAC, 55-150 VAC), tomas de salidas programables, operación en modo ECO para ahorro de energía, diseño rackeable, puertos de comunicación SNMP/USB/RS-232, ideal para mercados financieros y de salud.

Garantía: Dos años de garantía y uno en baterías.



CHATBOTS INUNDAN NUESTRA COTIDIANIDAD, SU CRECIMIENTO ES EXPONENCIAL

Texto: Anahi Nieto

www.youtube.com/noticiasdelcanal

CON EL PROPÓSITO DE HABILITAR UNA INTERFAZ DE COMUNICACIÓN ENTRE LA MÁQUINA Y EL HOMBRE, EN 1960 APARECIÓ EL PRIMER CHATBOT DE LA HISTORIA; CON EL PASO DE LOS AÑOS SU DESARROLLO SE ENFOCÓ A LA ATENCIÓN AL CLIENTE Y EN LA ACTUALIDAD CONTINÚAN PERFECCIONÁNDOSE PARA LLEVAR A CABO DISTINTAS FUNCIONES EN LAS DIFERENTES INDUSTRIAS Y SECTORES DEL MERCADO.



oy en día, los chatbots o Inteligencia Artificial Conversacional (IAC) es un mercado maduro que se ha expandido a través de todas las industrias a la par de la adopción de la Industria 4.0, e incluso forma parte de nuestra cotidianidad sin darnos cuenta.

“La IAC es la forma de llevar a cabo conversaciones en tiempo real con computadoras. Es una forma de darles voz a los dispositivos tecnológicos. Ésta combina grandes volúmenes de datos con técnicas de Machine Learning y con el Procesamiento de Lenguaje Natural (NLP) para reconocer las entradas de voz y texto, que ayudan a imitar las interacciones humanas, de forma que nos ayuda a desarrollar aplicaciones basadas en el lenguaje que permitan interactuar de forma natural con dispositivos, máquinas y computadoras usando la voz”, explicó Emilio Tamez, Enterprise Business Director for Mexico en NVIDIA.



EMILIO TAMEZ

El directivo agregó que existen tres etapas en la creación de cargas de IA conversacional:

- ASR (Automatic Speech Recognition): reconocimiento automático de la voz.
- Natural Language Processing (NLP) or Natural Language Understanding (NLU): procesamiento de lenguaje natural o entendimiento de lenguaje natural.
- Text –to–Speech (TTS) with voice synthesis – De Texto–a Voz con síntesis de voz.



eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

**SÍGUENOS
EN LINKEDIN**

/NOTICIASDELCANAL





FRANCISCO BOLAÑOS

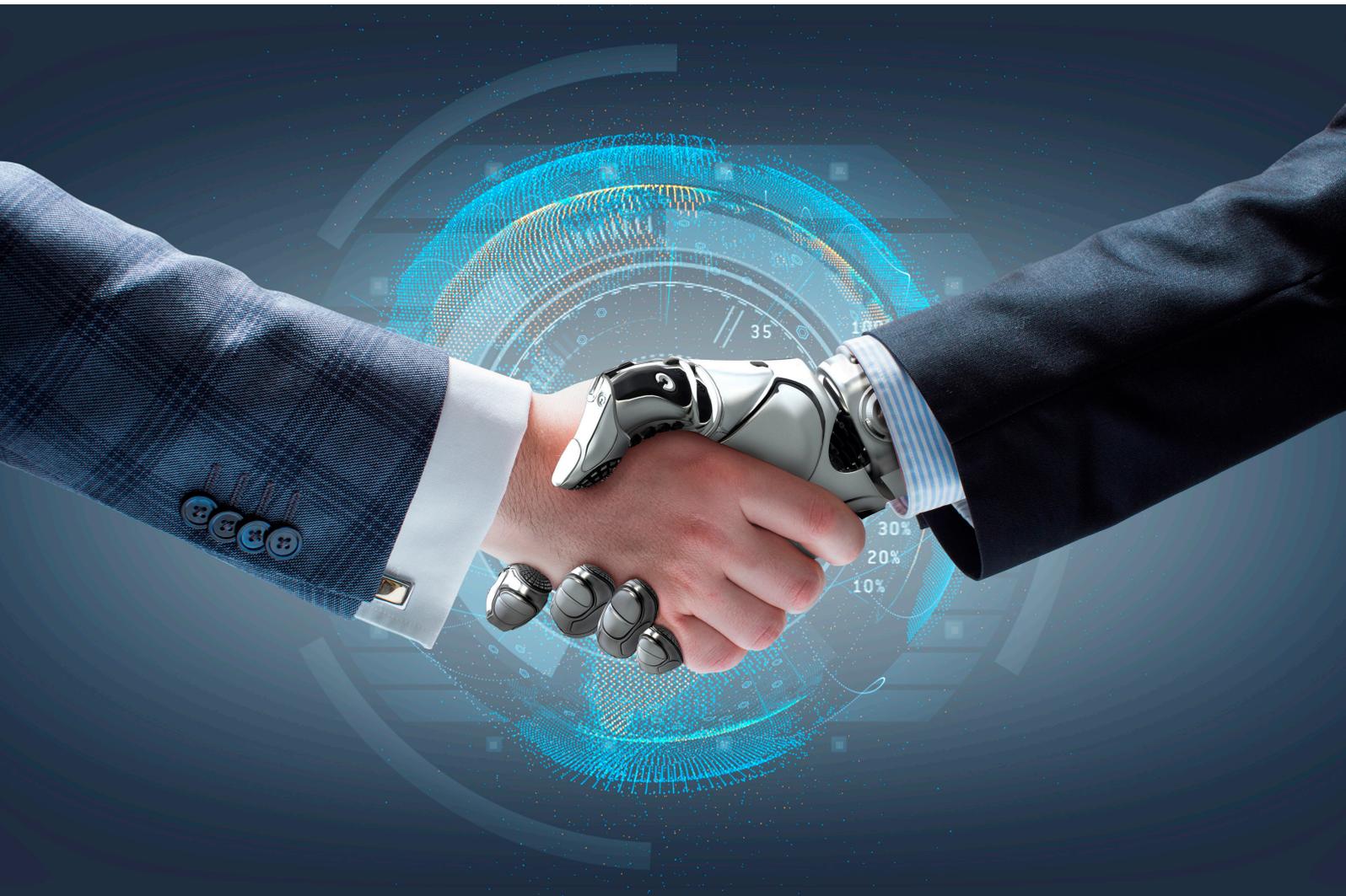
De acuerdo con la curva de adopción en Inteligencia Artificial 2020 de Gartner, los chatbots ya se encuentran en una fase de explotación y adopción en todas las empresas; es un mercado maduro y se calcula que dentro de dos a cinco años todas las empresas utilizarán uno en alguno de sus procesos.

Francisco Bolaños, Arquitecto para Internet de las Cosas y transformación Digital para Cisco Latinoamérica, dijo que en el 2025 el 80% de las empresas contarán con un elemento de IA para cubrir temas de eficiencia del negocio, y acceder a información de las empresas.

El directivo explicó que actualmente, entre el 80-90% de las personas interactuamos mediante plataformas interactivas; es decir, la mayor parte de la población activa ya utilizamos estas plataformas sin darnos cuenta.

Además, actualmente existen plataformas que permiten el desarrollo de chatbots a los que se puede acceder de forma gratuita sin costos adicionales.

Bolaños aclaró que la nueva generación de chatbots son los asistentes virtuales como “Siri”, los cuales pueden llevar a cabo labores más complejas para cubrir las necesidades de las empresas.





APLICACIONES

EN MÉXICO EXISTEN DIARIAMENTE MILLONES DE CONVERSACIONES CON USUARIOS O CLIENTES DE PRODUCTOS O SERVICIOS: DE ACUERDO CON CIFRAS DE NVIDIA, SON 2 BILLONES DE HORAS DE CONVERSACIONES VÍA TELEFÓNICA, 70 MILLONES DE HORAS DE REUNIONES REMOTAS DIARIAS, 30 MILLONES DE CONSULTAS AL DÍA CON PERSONAL MÉDICO, 100 MILLONES DE HORAS DE CONSUMO DE CONTENIDO DIARIO DE MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO Y MÁS DE 100 MILLONES DE COMPRAS TELEFÓNICAS O EN LÍNEA DIARIAS.

Los casos de uso son tan variados como las necesidades de los diferentes sectores, pueden ser un apoyo en la atención al cliente, pueden enfocarse en mejorar la experiencia de los conductores de vehículos, pueden apoyar al sector salud para conocer el historial médico de un paciente y darle seguimiento, entre otras funciones.

Algunos de los sectores que destacan en cuanto a su nivel de adopción y requerimiento de chatbots

son retail, comercio electrónico, banca, servicios financieros, afores, turismo, salud, manufactura, hospitalidad, entre otros.

BENEFICIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE IAC

- Reducen el tiempo de interacción entre el comercio y el cliente, incrementando la disponibilidad de servicio.
- Incrementan el nivel de servicio y reduce el estrés de los consumidores.
- Elimina tiempo que consumen tareas tediosas.
- Además dan la cara por una compañía y estimulan la creación de más aplicaciones alrededor de la capacidad de comunicación.
- Las soluciones pueden escalar casi de forma infinita, son capaces de atender a miles de usuarios de forma simultánea.
- Funcionan en un horario de 24/7 los 365 días del año, lo que permite que los usuarios interactúen con ellos incluso en horarios no laborales.
- Acceder a información de las organizaciones de una forma ágil y rápida.
- Monitorear procesos críticos de las empresas.
- Facilidades y asistentes virtuales en plataformas colaborativas.



SÍGUENOS EN FACEBOOK

/Revista **eSemanal**

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL



GUSTAVO PARÉS

GUSTAVO PARÉS, DIRECTOR GENERAL DE NDS COGNITIVE LABS, EXPUSO QUE OTRA FUNCIÓN QUE PUEDEN TENER ESTE TIPO DE SOLUCIONES TIENEN QUE VER CON LA ANALÍTICA, YA QUE A TRAVÉS DE LOS CHATBOTS SE PUEDE OBTENER LA INFORMACIÓN RECABADA DE UNA FORMA SENCILLA, Y EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE ÉSTA PODRÍA FACILITAR EL

SABER QUÉ PREGUNTAS FUERON LAS MÁS FRECUENTES, DE QUÉ PARTE DEL MUNDO SON LOS USUARIOS, ENTENDER SI LOS PROCESOS CRÍTICOS DE LA COMPAÑÍA ESTÁN FUNCIONANDO O NO, SABER CUÁLES SON LAS QUEJAS MÁS FRECUENTES, ENTRE OTROS, Y GENERAR SOLUCIONES. “DICHA CAPACIDAD ANALÍTICA ERA HISTÓRICAMENTE CASI IMPOSIBLE DE LOGRAR, YA QUE SE TRATA DE INFORMACIÓN NO ESTRUCTURADA; SIN EMBARGO, POR MEDIO DE LOS CHATBOTS SE PUEDE OBTENER INFORMACIÓN MUY VALIOSA PARA EL NEGOCIO”, DETALLÓ.

El papel del canal

La especialización que los canales e integradores puedan obtener les brinda la oportunidad de incrementar su oferta consultiva en donde pueden desarrollar nuevas soluciones y sistemas para resolver diversas tareas y necesidades de sus clientes, como chatbots, implementar la IA Conversacional en sus call centers o sus plataformas y la profesionalización del servicio a clientes.

En el caso de NVIDIA, su propuesta de valor para los de canales de distribución e integradores del país consiste principalmente en la transferencia de conocimientos técnicos y conceptuales que provee al desarrollar e implementar por primera vez en México proyectos cada vez más complejos de Inteligencia Artificial; en esta asistencia la compañía opera de dos formas, por un lado asiste al socio de negocio en la implementación de los proyectos, y por el otro lado les proporciona capacitación formal a través de cursos y talleres teóricos y prácticos.



Además, el directivo de NDS Cognitive Labs dijo que los partners o socios que ya son especialistas en implementar conmutadores o ciberseguridad pueden trabajar en conjunto para implementar las soluciones de IAC e incrementar su rentabilidad.

Potencial de negocio

“La IA Conversacional es una oferta única que requiere de entender primero los casos de uso y tendencias de cada industria para desarrollar esta especialización de IA que cada vez tiene mayor presencia en las operaciones empresariales. En el programa NVIDIA Inception para el impulso de Startups, en México ya contamos con socios que ya cuentan con desarrollos maduros de IA Conversacional y son una oportunidad para los canales e integradores de reforzar su oferta de IA con un soporte de aplicaciones locales”, comentó Emilio Tamez.

Los proyectos de IAC pueden ser implementados en periodos muy cortos de tiempo, y el retorno de inversión suele manifestarse de entre los 8 a los 15 meses, ya

que ésta depende del tamaño y necesidad que tenga el cliente, incluso su esquema comercial puede ser bajo un modelo As a Service.

“Los chatbots se han vuelto una herramienta poderosa, desde el comienzo de la pandemia hemos visto un crecimiento del 700% en su adopción, y dentro de cinco años o menos todas las empresas medianas y grandes de todas las industrias van a tener un chatbot, así como hoy en día tienen un portal o un conmutador, todas tendrán una solución de IAC que les ayude a hacer más eficiente su modelo de negocio y atender mejor a los clientes, se volverá un tema cotidiano, serán soluciones disruptivas que permitirán nuevas funciones.

“Invito a todos los lectores que den un paso adelante en esta transformación digital que involucra implementar chatbots, los beneficios los necesita nuestro país y el ecosistema porque acelera el ambiente de negocios, aumenta las ventas, reduce los costos y ayuda a que los clientes estén más contentos, necesitamos reactivar la economía de México y avanzar”, concluyó Gustavo Parés.





SÍGUENOS EN INSTAGRAM

/revista_eseManal

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL



TREND MICRO

ROBUSTECE AHORA EL PORTAFOLIO DE TEAM

Autor: Anahi Nieto

- LAS COMPAÑÍAS ANUNCIARON SU ALIANZA COMERCIAL, ASÍ COMO LOS BENEFICIOS Y APOYOS QUE BRINDARÁN EN CONJUNTO A LOS PARTNERS
- ENCUENTRAN OPORTUNIDAD DE NEGOCIO EN PYMES

De acuerdo con Gartner, la ciberseguridad es una de las tres principales prioridades para las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) durante este año y el siguiente, y para el mayorista Tecnología Especializada Asociada de México (TEAM) ha sido una de las unidades de negocio de mayor crecimiento este 2020, con más del 80%.

Por lo anterior, el mayorista, en su objetivo de ampliar el portafolio de ciberseguridad, anunció la alianza comercial que sostendrá a largo plazo con Trend Micro, categorizada por Gartner como una de las marcas líderes y una de las tres mejores para el canal en Latinoamérica.

Miguel Ruiz Hernández, Chief Enabler Officer en TEAM, explicó que parte de su estrategia consiste en abrazar las tendencias y llevar a cabo cambios en los modelos de negocio con el fin de adoptar la tecnología y ofrecerla a los consumidores para que puedan utilizarla a su favor.

Por su parte, Anibal Neto, Director MSP Program Latam en Trend Micro, mencionó que tienen más de 30 años de experiencia en el mercado, presencia en más de 65 países, más de 500 mil clientes alrededor del mundo y \$1.7 billones de dólares en ventas.

Neto agregó que las nuevas aplicaciones en las infraestructuras dejan una superficie de ataque mayor, lo cual representa un reto para la ciberseguridad; no obstante, Trend Micro fomenta el ser una empresa resiliente, en los equipos de seguridad, cloud y operaciones.



**MIGUEL RUIZ
HERNÁNDEZ**



ANIBAL NETO

SOLUCIONES/ PLATAFORMAS

License Management Platform: plataforma Multi-Tenant de Auto-aprovisionamiento y gestión de Licencias.

Remote Manager: consola Multi-Tenant de Administración de clientes.

Productos:

- Worry-Free Services/EDR Add-on
- Email security: Standard & Advanced
- Cloud App Security
- XDR Add-on

Beneficios para el canal

El programa para partners MSP de Trend Micro les permite a los integrantes expandir su portafolio de servicios hacia el mercado SMB a través de la entrega de servicios administrados de seguridad a nivel enterprice, según se presumió.

David Llanillo, MSP Channel Manager México para Trend Micro, expuso que el perfil del canal MSP que buscan son aquellos canales CSP de Microsoft, que

buscan robustecer su oferta de seguridad, que son proveedores de servicios administrados y proveedores de infraestructura (equipos de cómputo).

El canal que cumpla con el perfil podrá acceder a un modelo de licenciamiento mensual de pago por uso, no tendrá que hacer una desembolso inicial significativo para el cliente, no requerirá un mínimo de venta, fees de entrada ni ningún compromiso

comercial para formar parte del programa, podrán aprovisionar licencias de manera rápida y sencilla por medio de la plataforma, tendrán a su disposición la herramienta Multitenant SaaS de administración y reporte, un modelo de reportes y precio por uso, y podrán ofrecer a los clientes soluciones que se integran con herramientas de terceros y un esquema donde la seguridad se convierte en OPEX en lugar de CAPEX.

Otros de los apoyos que prometen para el canal son recursos regionales dedicados al Plan MSP, entrenamientos y cursos para MSP, soporte de segundo nivel, onboarding en las plataformas para canales, apoyo directo por parte de distribuidores y sus recursos hacia canales, campañas de generación de demanda, proceso de aceleración de venta, acompañamiento personalizado, precios y promociones de lanzamiento. Mientras que TEAM ofrece aceleración de canales, un equipo de Brand manager, technical sales consultants, marketing staff, professional services, capacitación constante, acompañamiento comercial, apoyos en preventa con demos, y esquemas financieros.

Los siguientes pasos para los canales interesados son habilitamiento comercial en la semana del 22 de noviembre, habilitamiento técnico preventa en la primera semana de diciembre; posteriormente, la revisión estratégica con canales interesados, alta del canal en el programa MSP de Trend Micro, un convenio de distribución, plan comercial, mercado a atender, colaboradores enfocados a la marca; la aceleración de canales con planes de generación de demanda, capacitación y acompañamiento.

La oportunidad de negocio la calculan en la 4.2 millones de unidades económicas en México que existen, según el INEGI, de las cuales el 99.8% son consideradas PyMEs, que aportan el 42% del Producto Interno Bruto (PIB) y general el 78% del empleo en el país, el perfil de cliente es además aquel que busque servicios administrados de TI y robustecer su seguridad o nuevos procesos y plataformas digitales, que pertenezca a cualquier industria.

“Las empresas requieren soluciones de ciberseguridad y muchas veces no tienen un aliado estratégico en quién apoyarse; por ello, este año hemos robustecido de manera importante nuestra unidad de ciberseguridad para proteger la información de todos los usuarios, en especial a nivel dispositivo móvil, ya que el endpoint es el más atacado”, concluyó Leonel Gómez, Chief Business Unit & Marketing Officer en TEAM.



DAVID LLANILLO



LEONEL GÓMEZ

HOME OFFICE INCREMENTÓ SUPERFICIE DE CIBERATAQUES: ESET

Autor: Anahi Nieto

• **LA EVANGELIZACIÓN EN EL TEMA DEBE EVITAR SER TÉCNICA Y PLANTEARSE EN TÉRMINO DE JUEGO, RECOMIENDAN.**

Hace unos días, ESET presentó durante la conferencia de prensa “Tendencias 2022 y amenazas en LATAM” el panorama que existe en la región en torno a la ciberseguridad, donde se destacó que desde el inicio de la pandemia, con la implementación del home office, los ataques se han innovado y van en aumento.

En Latinoamérica, desde que comenzó la crisis sanitaria, 70.5% dijo preocuparse más por la ciberseguridad; el 91% ha tenido que digitalizar procesos críticos; el 30% expuso que su empresa no está mejor preparada; 77% usa su equipo personal; y el 57% no tuvo herramientas.

De acuerdo con Camilo Gutiérrez, Jefe del Laboratorio de Seguridad Informática de ESET Latinoamérica, el esquema del trabajo remoto favorece a que aumente la superficie de ataque, ya que se expande a servicios en la nube, equipos móviles y redes inseguras, espacios compartidos y el factor humano.

En abril de 2020, Google afirmó estar bloqueando diariamente más de 240 millones de mensajes de spam que utilizan la temática del COVID-19 y 18 millones de correos electrónicos de phishing y malware.

HERRAMIENTAS DE SEGURIDAD QUE UTILIZAN LAS EMPRESAS EN LATINOAMÉRICA

- 88.2% Antivirus
- 33.1% Conexión VPN
- 30.2% Autenticación Multifactor
- 52% Capacitación en Seguridad



LAS AMENAZAS

- En México, durante 2021 se detectó un 31% más de archivos únicos relacionados con campañas de phishing.
 - Las estafas en Apps de mensajería se incrementaron
 - Los ataques de fuerza bruta han aumentado un 32% en Latinoamérica durante el 2021
 - Potenciados por el machine learning, las noticias falsas aumentaron un 50% luego del confinamiento
 - Las noticias falsas tienen un 70% más de posibilidades de ser reenviadas que las noticias verdaderas
 - Utilizan IA para clonar e imitar voces
 - Ransomware As A Service
 - Ataques dirigidos de Ransomware
 - Mercado negro en grupos de Telegram
- Mientras tanto, las vulnerabilidades explotadas con mayor frecuencia son:
- Vulnerabilidades zero-day explotadas por atacantes
 - Nuevas vulnerabilidades críticas en Exchange
 - Malware en servidores IIS afecta a sitios web de comercio electrónico
 - 20% de las fugas de información fueron por ataques a aplicaciones web
- Todo potenciado por un mercado negro multimillonario...
- 1 millón de mercados de compraventa
 - 20 millones de foros ciber criminales
 - 50 millones de lotes de información robada

Por su parte, Cecilia Pastorino, Investigadora de Seguridad Informática de ESET Latinoamérica, explicó que el futuro de la ciberseguridad son soluciones y tecnologías en el tema, servicios y consultoría, por ejemplo, 30% de las organizaciones ya han implementado una gestión Zero Trust, y 72% está planeando implementarlo en el corto plazo.

La buena noticia, según explicó la investigadora, es que el cambio no requiere un gran esfuerzo. También se puede implementar blockchain para proteger la integridad de bancos, el sector salud, documentos, votaciones, móviles e IoT.

“Resultan indispensable contar con un modelo Zero Trust, así como implementación de políticas de seguridad, prácticas, hacer análisis de riesgos, información, métodos de filtrados, evangelizar y concientizar también es fundamental, en especial hacerla sencilla y acorde al público, con imágenes visuales, en términos de juego, que no sea técnica”, concluyó Miguel Ángel Mendoza, Investigador de Seguridad Informática de ESET Latinoamérica.

Síguenos en Youtube

/eSemanal Periodismo del Canal TIC



CISCO PARTNER SUMMIT 2021, UN ABANICO DE OPORTUNIDADES PARA EL CANAL

- PRESENTA INICIATIVAS EN LAS QUE SE TOMÓ EN CUENTA LA OPINIÓN DE SUS PARTNERS
- CAPACITA AL CANAL PARA QUE ENTIENDAN Y CAPITALICEN OPORTUNIDADES

Texto: Álvaro Barriga

Laercio Albuquerque, Director de Cisco en América Latina, resaltó que estamos en un momento trascendental en el mundo, y la región no es la excepción, por ello, la empresa está invirtiendo y poniendo mucha atención, ya que se están adoptando tecnologías gracias a la transformación digital.

“América Latina es un pilar de nuestra estrategia, con casi 6 mil partners en nuestro ecosistema, es muy valioso y reconocido en el mundo de la tecnología”: Laercio Albuquerque



LAERCIO ALBUQUERQUE

Destacó el papel que realizan con sus partners para atender a los clientes y gobiernos en la región, ya que hay una gran transformación no solo de soluciones sino de innovación como el cloud, donde algunas compañías han colocado hasta el 70% de sus aplicaciones en la nube, con la finalidad de poner sus productos y servicios al alcance de sus clientes, debido a la transformación digital. “Un punto a resaltar, es que estamos convirtiendo a nuestra región en una compañía de software recurrente, con casi una tercera parte de nuestras ventas en AL”. El director dejó en claro, que todo este esfuerzo ha sido y seguirá siendo con el apoyo de sus canales para atender a sus clientes y al gobierno.

El canal es clave para Cisco

Alba San Martín, Directora Sénior de Canales para Cisco Latinoamérica, comentó que fueron 2629 canales de la región los que asistieron al Partner Summit Digital, se dijo contenta por el ecosistema, y aseguró que ellos participan en la definición de las nuevas estrategias que el mercado requiere.

Dijo que disponen de modelos para que todos participen en el negocio de la compañía, ya sea en seguridad, colaboración, el trabajo híbrido e infraestructura, pero sobre todo, pensando en su rentabilidad.

“Tenemos más de 5 mil socios en Latinoamérica, quienes atienden el 90% de los negocios, están organizados en tres regiones: México, Brasil y multicountry”, explicó la directiva.

“El trabajo de nuestros socios es vital para acercar las soluciones que el mercado está demandando”:
Alba San Martín.



ALBA SAN MARTÍN

AL y que son muy alineadas con América: Asegurar que todos los socios entiendan y adquieran las capacidades para ofrecer todas nuestras ofertas estratégicas; Asegurar que dentro de este ofrecimiento al mercado estamos trasladando esos beneficios al cliente; Garantizar que desde la implementación del proyecto hasta la renovación haya acompañamiento del partner con el cliente y medir el impacto y la satisfacción del cliente”.

Estrategia Perform and transform

Según San Martín, con el Perform garantizan que el partner esté listo respecto a los objetivos de venta y monitorean que el proceso de transformación digital se vaya capitalizando.

“Los tópicos que son las prioridades de Cisco en

Apoyos y estrategia

- Cisco dispone de programas especiales y certificaciones para nube híbrida, disponen de materiales para que los partners apliquen la tecnología con casos de uso para cada vertical.
- La marca facilita a sus canales APIS con la finalidad de que construyan experiencias únicas con sus clientes, gracias a su plataforma abierta.
- Con el programa Grow to Market brindan facilidades específicas para que los partners comercialicen la tecnología en modelos de manage service.
- Brindan distintos programas de recompensas.

Innovaciones en Cisco Partner Summit

Ramon Viñals, Líder de Ingeniería de Cisco en Latinoamérica, se dijo emocionado por el nivel de innovación que la marca está lanzando al mercado, “lo importante es que nuestros partners tienen amplias oportunidades para hacer negocio, con nuevos modelos de rentabilidad”, aseguró.

El especialista habló sobre la importancia que han tomado los modelos híbridos de trabajo y presentó ThousandEyes Internet Insights, una solución pensada para ayudar a las empresas que emprenden el trabajo híbrido, ya que le da al departamento de TI toda la visibilidad de que pasa entre el usuario y la aplicación. “Los clientes buscan los beneficios y ventajas del trabajo remoto para cuando tengan que regresar a las oficinas. La gran oportunidad es dar la experiencia del trabajo híbrido de la mejor manera”.

Viñals también anunció Entprise Agreement 3.0 que permite a los partners gestionar en un solo contrato todas las licencias de las soluciones de Cisco que su cliente esté implementando en una sola factura. El servicio aún no está disponible sino hasta principios de 2022 en toda la región.



RAMON VIÑALS

AÑO NUEVO Y PROPUESTA NUEVA PARA LOS SOCIOS DE NEGOCIO DE AVAYA

Autor: Raúl Ortega

- EN 2022 LOS MODELOS COMO SERVICIO Y LAS SOLUCIONES COMPOSABLES, HERRAMIENTAS NUEVAS QUE IMPULSARÁ EL DESARROLLO DE LOS PARTNERS
- LA MARCA RECONOCIÓ EL ESFUERZO DE SEIS SOCIOS DE NEGOCIO EN LATINOAMÉRICA
- AÑADIRÁN ALREDEDOR DE 100 NUEVOS CANALES



Con programas sencillos, incentivos y mayores beneficios, el fabricante, además, planea ayudar a sus socios acercando rutas de mercado ampliadas, nuevas certificaciones que favorezcan a los canales que trabajan con la marca; adicionalmente Avaya reconoció a través de seis categorías el trabajo, cumplimiento y

desempeño en diversos proyectos.

En el marco del Partner Kick Off 2022, Avaya presentó los nuevos elementos que integrará el programa para los canales de distribución, resaltando las prioridades, estrategias y beneficios insertas en el Programa EDGE para el 2022 que, de acuerdo al calendario fiscal del fabricante comenzó en octubre pasado.

Con las soluciones composables y el ecosistema Experience Builders, Avaya busca que sus partners no sólo comercialicen los productos y soluciones, sino que tengan la posibilidad de entregar un valor único y agregado a sus clientes.

“Un ejemplo de ello, es que el portafolio de servicios en la nube de los partners se está trasladando rápidamente hacia los servicios; para 2022 se espera un crecimiento de servicios en la nube del 24% y de servicios administrados del 10%. Por el contrario, los asuntos relacionados con productos de hardware y el software heredado, tendrán una disminución del 16% y 17% respectivamente, lo que nos comprueba la tendencia de las empresas a emigrar hacia modelos As a Service”: Santiago Aguirre, Director Senior para el Canal de Distribución de Avaya América Latina.



Santiago Aguirre

Programa EDGE, plataformas composables y Experience Builders

Basado en un estudio realizado por la empresa, casi la mitad (46%) de las compañías encuestadas, indicó que la prioridad durante los próximos cinco años estará centrada en la experiencia del cliente, es por ello que Avaya realizó algunos cambios en su programa Edge, teniendo en consideración las tendencias y cambios que develaron el estudio.

CAMBIOS Y PRIORIDADES EN EL PROGRAMA AVAYA EDGE:

Beneficios mayores: Durante el 2021, la nube se convirtió en una prioridad para las empresas, por lo que los socios de Avaya recibirán mayores beneficios cuando ayuden a sus clientes a adoptar una modalidad recurrente.

Programa de Incentivos: Sencillo y alineado a los mejores niveles en su clase.

Nuevas rutas de mercados: La expansión en países como México y Brasil a través de compañías como Mercado Libre, Linio o Amazon, entre otras, que aseguran precios standard fijos globales e incluyen dispositivos abiertos para ser utilizados por usuarios finales, extendiendo el beneficio para los partners, como el aumento de posicionamiento de marca.

Estandarización de precios

Nuevas certificaciones

Nuevos canales: Avaya continúa en la búsqueda de canales que trabajen bajo modalidades recurrentes y se acomoden a las características de su programa. En promedio, Avaya está añadiendo entre 100 y 120 canales que cumplen con dichas características.

Con la arquitectura composable, el fabricante busca entregar valor a las soluciones que sus partners entregan al usuario final, siendo posible crear mejoras en las

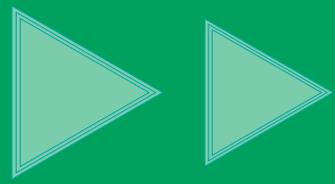
soluciones base de Avaya y así generar negocios de valor agregado, lo que termina por favorecer a los canales, al respecto Gaston Tanoira, Líder de Tecnología de Avaya América, detalló: “En un mundo en la Nube donde los clientes suelen interactuar directamente con los proveedores, la clave para el crecimiento continuo de muchos de nuestros socios estará basado en la capacidad de transformarse y maximizar el uso de nuestra plataforma composable. Gracias a ella, los canales pueden crear Apps enfocadas en verticales o nichos específicos y buscar agregar mayor valor en un mundo Cloud. Avaya está creando una plataforma única, pionera en el mercado que permite a nuestros socios de negocios potenciarla y enriquecerla acorde a sus prioridades de negocio y a las necesidades de sus clientes”.

“Existen muy pocos proveedores que realmente pueden cumplir con el concepto de experiencia total. Actualmente somos uno de los mejores, tanto en agentes como en backoffice y estamos haciendo una gran inversión para mejorar aún más; imagine a los clientes de los Centros de Contacto con grandes inversiones en integraciones de Experience Portal con sus sistemas de backoffice, podemos mover a sus agentes a la nube y mantener el IVR en las instalaciones; incluyendo el contexto, el recorrido del cliente y la integración de informes”: Gaston Tanoira.

Finalmente, la empresa entregó a sus socios de negocio en Latinoamérica, seis premios que reconocen el esfuerzo realizado durante un año complicado como fue el 2021; entre las categorías se incluyen: Partner del Año 2021, Partner del Año Cloud, Proveedor de Servicio del Año y más.



Gaston Tanoira



PREMIACIÓN A PARTNERS DE AVAYA EN LATAM:

PARTNER DEL AÑO MARKETING: ESTA CATEGORÍA RECONOCIÓ LAS MEJORES ESTRATEGIAS PARA GENERAR DEMANDA, DESTACANDO EL DESEMPEÑO DE TODOS LOS NOMINADOS RESPECTO AL USO DE LOS FONDOS DE MARKETING ASIGNADOS Y SU SEGUIMIENTO. GANADOR: **WALTER BRIDGE DE COLOMBIA.**

PARTNER DEL AÑO CLOUD: CATEGORÍA QUE RECONOCIÓ A LOS PARTNERS DE AVAYA QUE APROVECHARON Y PROMOVIERON EL PORTAFOLIO COMPLETO DE AVAYA ONECLOUD; ACOMPAÑARON EL DESARROLLO DE LAS SOLUCIONES SOBRE PLATAFORMAS AVAYA, Y SE ENFOCARON ESPECIALMENTE EN PROYECTOS DE SUSCRIPCIÓN Y AVAYA SPACES. GANADOR: **365TI DE BRASIL.**

PARTNER DEL AÑO CONTACT CENTER: DIRIGIDO A LOS SOCIOS DE NEGOCIO QUE TUVIERON UN DESEMPEÑO EXCEPCIONAL EN EL DESARROLLO DEL MERCADO GENERAL DE LOS CONTACT CENTER Y EN LA PROMOCIÓN DE AVAYA ONECLOUD CCAAS, UNA OFERTA QUE SE ENCUENTRA DISPONIBLE EN VARIOS PAÍSES DE LATINOAMÉRICA DESDE EL 2021, CONCLUYENDO COMO GANADOR: **TRANS DE ARGENTINA.**

PROVEEDOR DE SERVICIO DEL AÑO (SP): PREMIA AL PROVEEDOR DE SERVICIOS CON MAYOR CAPACIDAD TECNOLÓGICA Y LA ALIANZA ESTRATÉGICA CON MÁS CRECIMIENTO PARA AVAYA LATINOAMÉRICA, QUE PERMITE ASEGURAR A LOS CLIENTES LA TECNOLOGÍA, EL SERVICIO, LA ATENCIÓN Y EL RESPALDO QUE REQUIEREN PARA RESOLVER SUS NECESIDADES. GANADOR: **TELMEX DE MÉXICO.**

PARTNER DEL AÑO 2021: SE OTORGÓ A LA EMPRESA CON EL MAYOR CRECIMIENTO EN VENTAS DE LA REGIÓN DURANTE EL ÚLTIMO AÑO, CON UNA EXTRAORDINARIA RELACIÓN DE TRABAJO ENTRE SU EQUIPO Y EL DE AVAYA, SIEMPRE IMPULSANDO LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y BRINDANDO EXPERIENCIAS A SUS CLIENTES. GANADOR: **RETO DE MÉXICO.**

DISTRIBUIDOR DEL AÑO 2021: ESTA CATEGORÍA SE OTORGA AL DISTRIBUIDOR QUE DEMOSTRÓ CRECIMIENTO EN LA REGIÓN; LA MEJOR FUERZA DE VENTAS EN LOS PAÍSES QUE ATIENDE; LA MEJOR ADMINISTRACIÓN DE INVENTARIO LOCAL, Y LA HABILITACIÓN DE CANALES BRINDANDO SIEMPRE LAS MEJORES EXPERIENCIAS. GANADOR: **DACAS DE ARGENTINA.**

LICENCIAS ONLINE ESBOZA TENDENCIAS, DESAFÍOS Y OPORTUNIDADES

Autor: Raúl Ortega

- TRANSFORMACIÓN DIGITAL, LA ANTESALA DE LAS OPORTUNIDADES PARA LOS CANALES
- TECNOLOGÍAS EMERGENTES COMO LA NUBE, INFRAESTRUCTURA Y CIBERSEGURIDAD, SERÁN LAS PRINCIPALES INVERSIONES DE LAS ORGANIZACIONES

Durante el evento anunciado por Licencias Online, Tendencias 2022, se destacaron temas de relevancia como las tecnologías como mayor potencial y las inversiones que se están realizando por parte de las empresas, pero más importante aún, en el caso de los canales, qué tanto están considerando estos temas para delinear una estrategia que les coloque como un actor relevante en el ofrecimiento de servicios digitales en la nueva era de la industria TI.

Las habilidades de liderazgo que se requieren para los nuevos tiempos laborales y contar con una infraestructura tecnológica capaz de acompañar y fungir como catalizador de la transformación digital profunda, en la cual el mercado global ya está inmerso, serán los principales elementos que debe considerar el canal para lograr resultados positivos, y para ello, Licencias Online invitó a personajes relevantes de la industria que conocen a detalle estos procesos, entre los que se encuentran Steve Brazier, Founder & CEO of Canalys y Matthew Ball, Global Chief Analyst Canalys.

Empieza el final del 2021 y con ello, también se comienza a observar dinamización en diferentes industrias, pero la tecnología seguirá estando presente como el mejor aliado de cualquier negocio, pues herramientas como colaboración, no sólo ayudaron durante los tiempos más complicado del confinamiento, sino que su potencial aún tiene camino por delante. “Creemos que habrá un crecimiento masivo en Wi-Fi e infraestructura de red, simplemente porque todos querrán transmitir en video desde las redes de la oficina, universidades o cafeterías, por lo que el gasto en infraestructura de Wi-Fi 6 será importante durante los próximos meses y con ello vendrá un desafío importante que es la ciberseguridad ya que la brecha se hace cada vez más grande; conocimos a muchas empresas Latinoamericanas y alrededor del mundo que demandan especialistas en ciberseguridad para proteger los negocios”: Steve Brazier, Founder & CEO of Canalys.



STEVE BRAZIER

“Hemos visto un gran impulso en todas las tecnologías que tienen que ver con la continuidad del trabajo remoto, facilitar la migración de cargas de trabajo hacia la nube y la seguridad que implica adaptarse a estos procesos”: **Carolina Losada, CEO de Licencias Online.**

Si bien, en el tiempo de la crisis sanitaria se detonó el aumento en el consumo de los servicios por suscripción, ya sea mensual o anual, aún existen compañías que no han dado el paso en esa dirección, debido al impacto de la facturación, y que requiere de lograr un flujo de ingresos que genere ganancias a estas empresas, a lo que Carolina Losada explicó: “Actualmente tenemos más de 1500 partners que tienen alguna práctica asociada a manage cloud (servicios de algún servicio en la nube que es administrado por el partner) y más de 500 socios que tienen una práctica asociada a manage services, es decir servicios administrados y que no sólo revenden el producto en la nube, sino que agregan una capa de servicios de valor agregado (servicios propios), consolidándolo como bundle y los venden en un contrato de servicios a sus clientes”.

“Según IDC para el 2023, todo lo que tiene que ver con manage cloud, tiene un potencial de venta de 85 mil millones de dólares a nivel global y la venta de manage services de 329 mil millones de dólares para el año 2025, es decir que la proyección de negocio es increíble”: **CEO de Licencias Online.**

Siguiendo la temática del evento, se puso sobre la palestra algunas otras tendencias importantes a tener en consideración para los próximos años, incluyendo las cargas de trabajo que estarán migrando del On-premise hacia la nube pública, ya



CAROLINA LOSADA

sea en los hyperscale como Azure y Google, y también en los manage service providers.

LAS SEIS “S” DE CANALYS: PUNTOS CLAVE QUE DEFINIRÁN EL ÉXITO DE LOS CANALES DURANTE EL SALTO DIGITAL:

Supply (Suministro): El suministro será un gran factor determinante y por el cual todos se verán afectados durante al menos los próximos meses, lo que significa trabajar con distribuidores y proveedores adecuados que puedan brindar visibilidad en los plazos de entrega.

Solutions (Soluciones): Software, hardware de múltiples tecnologías y soluciones en la nube que están surgiendo como los servicios de AIOps (Artificial Intelligence for IT Operations) son necesarios para ofrecer resultados a los clientes.

Services (Servicios): Significa ir más allá de la reventa de productos, para brindar soporte gratuito y posventa, así como desarrollar habilidades de servicios administrados que se necesitan para superar muchos de los desafíos en el proceso del salto digital.

Skills (habilidades): Capacitar, reclutar y retener es costoso, pero se necesita obtener nuevas habilidades, ya que incluso la seguridad es un área clave y ésta se puede vincular a su vez con las habilidades.

Security (Seguridad): No sólo en la tecnología existe escasez de personal; sino que, en la seguridad cibernética, particularmente en acceso, pruebas de respuesta instantánea y análisis forense también existe escasez. Existen más de 4 millones de reglas de seguridad cibernética sin completar en todo el mundo y la brecha de habilidades podría ser al menos cuatro veces mayor.

Sustainability (Sustentabilidad): Trabajar con proveedores que tienen objetivos de sostenibilidad agresivos y establecer objetivos propios de consumo de energía y reciclaje deben estar en la parte superior de las agendas. De lo contrario, sólo se empujan los errores a la próxima generación. Habrá más clientes que harán de la sustentabilidad ambiental un requisito clave en las solicitudes de propuesta, a medida que se mira hacia el 2022. Se necesitamos impulsar la eficiencia y realizar compensaciones, tanto como sea posible, para reducir el impacto.

Adaptador de audio con AirPlay 2 de **Belkin**

Permite convertir el equipo de sonido de generaciones pasadas en un altavoz habilitado con AirPlay 2, para reproducir canciones por streaming desde dispositivos iOS y Mac.

Descripción

Lleva la señal AirPlay 2 por cable al dispositivo de sonido ya sea un receptor/amplificador, un altavoz/bocinas o un soundbar/home theater. Además, con la app Soundform para dispositivos iOS y Mac se puede disfrutar la música en múltiples habitaciones simultáneamente.

Características

- Puerto de audio óptico
- Puerto de 3,5 mm
- La app Soundform permite ecualizar el sonido y sincronizar automática o manualmente los altavoces compatibles con AirPlay

contactame@esemanal.mx



Ruckus R350 de **CommScope**

Access Point Wi-Fi 6 para interiores en entornos empresariales o comerciales. Con tecnologías BeamFlex y ChannelFly que reducen las interferencias y aumentan la cobertura de la señal de la red inalámbrica, además de brindar soporte a la conectividad de dispositivos IoT.

Descripción

Permite eliminar los problemas creados por las redes aisladas y unificar las tecnologías de transmisión inalámbrica en una sola red, utilizando BLE y Zigbee mediante la adición de un módulo USB opcional.

Características

- BeamFlex: sistema de antenas inteligentes gestiona cobertura y calidad de la señal
- ChannelFly: selección dinámica de canales elige los puntos menos congestionados para ofrecer ancho de banda
- Con tecnología SmartMesh que de forma automática crea redes inalámbricas entre los Access Points
- Se pueden instalar diez o diez mil Access Points
- Opciones de gestión en la nube, física, virtual y sin controlador de Ruckus

contactame@esemanal.mx



EcoTank L5290 de **Epson**

Multifuncional para pequeñas y medianas empresas. Ofrece impresiones de texto nítido y calidad de imagen para documentos con costos de impresión bajos en blanco y negro y a color.

Descripción

De uso fácil. Conexión inalámbrica 3 en 1 conectada con WiFi, WiFi Direct y funciones de impresión móvil a través de la app Smart Panel. Pantalla LCD en color en panel frontal permite escanear y copiar sin necesidad de una computadora.

Características

- Con Ethernet para grupos de trabajo
- ADF (Auto Doc Feeder de 30 páginas)
- Carga de hasta 250 páginas
- Recarga de tinta fácil, limpia y sin errores con la tecnología EcoFit
- Depósito frontal para comprobar niveles de tinta

contactame@esemanal.mx



Nokia XR20 de **HMD Global**

Smartphone 5G con pantalla Corning Gorilla Glass Victus. Creado para sobrevivir a temperaturas extremas de 55°C a menos 22°C, caídas de 1.8m de altura o una hora bajo el agua.

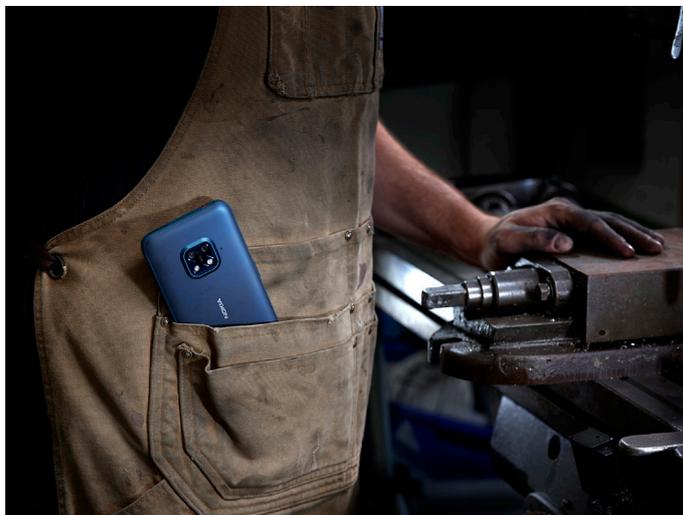
Descripción

Resistencia de grado militar. Cuatro años de actualizaciones de seguridad mensuales, actualizaciones de software por hasta tres años. Viene en color azul o gris.

Características

- Batería de hasta dos días de duración
- Admite carga inalámbrica Qi de 15 W y carga rápida de 18 W
- Cámara dual Zeiss Optics de 48MP y dos flashes
- Modo SpeedWarp y estabilidad en imágenes con Action Cam
- Audio OZO con cancelación de ruido del viento
- OZO Playback amplía el sonido con el apoyo de altavoces
- Configuración de 6/128 GB

contactame@esemanal.mx



Momentum Wireless 3 de **Sennheiser**

Audífonos inalámbricos con interfaz intuitiva de tres botones para cambiar entre música y llamadas, así como para activar el control de volumen y vincular con tecnología de asistencia de voz.

Descripción

Diadema de piel y copas para las orejas premium, brindan comodidad superior para quienes disfrutan de escuchar todo el tiempo. Brazos de acero.

Características

- Integración con el asistente de voz del teléfono
- Sonido superior
- La app Smart Control proporciona tres modos distintos de cancelación de ruido y un ecualizador
- Con la tecnología TILE para localizar los audífonos

contactame@esemanal.mx



REAFIRMA **CT INTERNACIONAL** COMPROMISO POR EL CRECIMIENTO DEL CANAL EN LA **CONVENCIÓN 2021**

Texto: Anahi Nieto

• **EL MAYORISTA ANUNCIÓ UN NUEVO CENTRO DE DISTRIBUCIÓN EN LA CIUDAD DE GUADALAJARA, JALISCO, ASÍ COMO EVENTOS PRESENCIALES PARA EL 2022.**

La Convención 2021 de CT Internacional, Con TI Go, celebrada nuevamente en un formato remoto, tuvo una participación de más de dos mil distribuidores e integradores y contó con la participación de marcas como HP, Honeywell, Dell Technologies, EC Line, Cisco, CyberPower, Kingston, Linksys, LG, entre otras.

Arrancó con la bienvenida por parte del Director General, Saúl Rojo, quien mencionó que durante la contingencia sanitaria el sector médico ha desarrollado una gran labor que incluso arriesga su salud para conservar la de los demás, lo que los convierte en verdaderos héroes. También resaltó que la Industria de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ha jugado un papel heroico para preservar la continuidad de las empresas, ya que sin el proceso de transformación digital el número de compañías que hubiesen cerrado habría sido mayor.

A pesar de que un millón 200 mil empresas cerraron operaciones, la industria TIC ha logrado reactivar muchas de éstas, las cuales han surgido gracias a su acceso a la tecnología, según indicó Rojo.

Durante el evento, también se destacó que el mayorista tiene ya 29 años de presencia en el mercado, los cuales son respaldados por su actualización y la alianza e información de valor que ofrecen los fabricantes con quienes colabora.

“Tenemos que mantenernos actualizados acerca de las tecnologías que permiten dar continuidad a las empresas y que evitan que no se pierdan los empleos; por ello estamos aquí, para llevarles conocimientos y herramientas que les permitan actualizarse. Tenemos el compromiso con los distribuidores de siempre llevarlos por el camino de la competitividad, sustentabilidad y rentabilidad”, detalló el directivo.

Oferta

Más de 200 marcas líderes en el mercado conforman las 15 líneas de negocio del portafolio del mayorista, el cual se dijo, siempre se busca esté actualizado, de igual forma, fue creado para superar las expectativas de los clientes, y crear trajes a la medida para las diferentes necesidades.

Las áreas de negocio más fuertes hasta ahora y que tuvieron un crecimiento relevante en el último año fueron Videovigilancia, servicios en la nube, CT Cloud y Servicios Administrados de Impresión.

CT Internacional ha incrementado el número de tiendas virtuales que permiten hacer el negocio en línea, además las ha perfeccionado y dotado de mejores herramientas; actualmente, tiene en operación más de 600 ecommerce.

Juan Diego Salazar, Director de Comercio Digital, explicó que cuentan con un departamento de servicios financieros el cual pone a disposición del canal opciones como arrendamiento puro y simple, entre otros, con el fin de materializar los proyectos que se tienen sin descapitalizarse y tener siempre la tecnología ideal necesaria e innovadora que requieren en el momento que los requieren.

Para lograrlo, han fortalecido la relación que tienen con las mejores financieras del país, como HP Financial Services y Dell Financial Services, por mencionar algunas.

Hoy en día, el mayorista cuenta con 52 sucursales en la República Mexicana, al menos una en cada estado del país, en las cuales se busca mantener la misma calidad del servicio, facilitar la compra, gerentes capacitados y una atención rápida al cliente.

“En CT no dejaremos de invertir, buscamos que en Guadalajara sea el Centro de Distribución que impacte en disminuir el tiempo de entrega, el inventario que se tendrá se busca esté a la par del centro de Hermosillo y de la Ciudad de México”, reveló Arturo Mendoza, Director de Sucursales Occidente-Bajío.

Beneficios para el canal

A través del ecommerce del mayorista, es posible hacer pedidos en tiempo real, revisar existencias, administrar la cuenta, las compras y pedidos, revisar el estado de cuenta, solicitar que la mercancía se lleve al domicilio de los partners o al del cliente final, y todo ello desde la aplicación descargable desde la play store o iOS.

Otros de los beneficios que ofrece el mayorista son servicios de comercio electrónico, facturación en pesos mexicanos, acompañamiento, capacitación, cotización de proyectos, entre otros.



Además, eventos incentivos para el canal, los cuales se pretenden reactivar el siguiente año, comenzando con el Consumer Electronic Show (CES) 2022 en enero; en julio la convención de distribuidores 2020 que se llevará a cabo en un crucero; y en invierno el mundial 2022 de Qatar.

“Me honro en dirigir esta empresa, nuestra filosofía es impulsar la adopción de la tecnología para que todas las organizaciones de nuestro país alcancen su mayor potencial, y generar oportunidades de negocio para nuestro canal de distribución, la fortaleza de CT es la fortaleza de su canal de distribución.

“Tenemos el compromiso de llevarles los mejores productos y soluciones financieras que faciliten la adopción de la tecnología. Agradecemos su confianza, y refrendamos nuestro compromiso de impulsar el crecimiento de sus empresas, como lo hemos hecho en casi tres décadas, la filosofía de CT es ser siempre su mejor aliado de negocios”, finalizó Rojo.

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

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



www.esemanal.mx

MANTENTE INFORMADO EN NUESTRAS REDES SOCIALES

