

29 de Noviembre 2021 · Año 30 | No. 1455

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL



PROMOCIONES DE FIN DE AÑO *PARA EL CANAL*

GUÍA DE COMPRA
Productos de limpieza

SELECT
Crecimiento de la
industria TIC

INGRAM MICRO Y REALWEAR
Modernización industrial

Comienza a armar tus equipos con **Windows 11 Pro**



Windows 11 OEM
ya está disponible
para la venta

Haz que tus equipos
ensamblados resalten y se
vayan completos con el
nuevo sistema operativo
de Microsoft **Office**.



[Compra ahora](#)

**Sube de nivel tus configuraciones y acerca a tus
clientes a lo que más aman con **Windows 11**.**

[Compra ahora](#)



Álvaro Barriga •

El canal se recupera de 2021, pero hay que tener cautela

De acuerdo con la consultora Select, el canal ha tenido una recuperación en los primeros nueve meses del año; los retos de abasto y logística impidieron que el mercado creciera de forma acelerada y permanecerán así hasta la primera mitad del 2022, aunque para el cierre del 2021, se espera un buen desempeño por la recuperación de inversiones en el segmento empresarial y en licitaciones.

De igual forma, el formato híbrido incentivará las inversiones en salas de videoconferencia, soluciones en la nube, equipamiento para home office, data centers y seguridad.

En ese tenor, la firma especializada indicó que en 2022 se prevé una desaceleración en la economía, alcanzando un crecimiento de 2.9%, lo que traerá consigo la creación de 1.6 millones de nuevos empleos, 180 mil de nuevas compañías. Aseguró que la estimación del presupuesto TIC para 2022 tendrá un crecimiento de 5.5% (475 mil 420 millones de pesos).

Ricardo Zermeño, Director General de Select y su grupo de analistas, mencionaron que el mercado de nube en México para 2022 alcanzará más de 28 mil millones de pesos y se consolidará como un negocio exponencial con oportunidades permanentes.

Se acerca el fin de año y con ello diferentes promociones que tanto fabricantes como mayoristas están poniendo a disposición del canal de distribución, algunas van desde descuentos, bundles, entregas sin costo, productos regalo, etcétera. En esta edición, el equipo editorial conversó

con algunas compañías para aprovechar de mejor manera esta temporada fuerte del año.

La semana pasada Grupo CVA dio a conocer varios mensajes al canal de distribución, empezando por la compra de participaciones de Adolfo Mexía, Socio Fundador de la compañía, como parte del proceso de su reestructuración organizacional.

Otro anuncio importante fue el cambio de nombre de sus tradicionales “Premios Bravo” a “Premios FM” en honor a Fernando Miranda (qepd), Socio Fundador y Director General de la compañía, así lo dio a conocer Oliver Miranda, Presidente del Consejo de Administración de Grupo CVA.

En ese sentido, los reconocimientos del mayorista a las marcas de sus diferentes áreas de negocio se entregaron a: mejor marca de accesorios, Logitech; mejor marca de almacenamiento OEM, Kingston Technology; mejor marca de componentes, Intel; mejor marca de cómputo, Lenovo; mejor marca de Data Center, HPE; mejor marca de energía, APC; mejor marca de impresión, Epson; mejor marca de punto de venta, EC Line; mejor marca de redes, Aruba HPE; mejor marca de seguridad, Dahua Technology; mejor marca de señalización digital y monitores, Samsung; mejor marca de software, Microsoft; mejor marca de videoproyección, Epson; marca con mayor compromiso con CVA, Dell Technologies; marca con mayor crecimiento en CVA: Dell Technologies y marca con mayores ventas en CVA, Lenovo.

¡Enhorabuena!

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

8 EL COMERCIO ELECTRÓNICO punta de lanza en las promociones de fin de año



18 MI CUMPLE ESEMANAL

GUÍA DE COMPRA

21 Kits de productos de **LIMPIEZA**

MAYORISTAS

27 Virtual Experience 2021 de **TEAM** expone crecimiento y prosperidad junto al canal

32 INGRAM MICRO y **REALWEAR** dan el siguiente paso hacia la modernización del trabajo industrial

FABRICANTES

30 LEXMARK: La ciberseguridad también es indispensable en el mercado de impresión



GUÍA DE COMPRA



LEXMARK

DESARROLLADORES

35 WEBDOX prepara reclutamiento de canales en el Q1 de 2022



WEBDOX

COLUMNA INVITADA

38 PREDICCIONES TECNOLÓGICAS para 2022

Por Julio César Castrejón, Country Manager para México de Pure Storage.



PURE STORAGE

41 LA ESCASEZ DE MICROCHIPS

en la industria automotriz refuerza la necesidad de mejorar la planeación de la cadena de suministro

*Por José Rivero, Country Manager de Infor México.



SELECT

TENDENCIAS

45 SELECT: los canales se afianzan en 2021 con un crecimiento de 13.6%

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 Espinoza 55 2030 gilberto.espinoza@khe.mx **Suscripciones** 55 5090 suscripciones@khe.mx

• CONOCE LAS NUEVAS •

ASUS Expertbook



Las laptops empresariales más ligeras y versátiles,
productividad en movimiento.

ASUS recomienda Windows 10 Pro para empresa



Mónica Carrillo
T. 33 3812 1413
mcarrillo@grupocva.com



Santa Selene Bray
T. 66 2109 0000
santa.garcia@ctin.com.mx



Mónica Vázquez
T. 55 5403 0669
monica.vazquez@ingrammicro.com



Yajairo Ramirez
T. 55.4188.8126
yajairo.ramirez@gvadeto.com



Arturo Rubio
T.744 225 2677
arturo.rubio@exel.com.mx

ASUS



ASUS Chromebook Flip C214

Voltea, explora y aprende

Diseñada para un aprendizaje innovador

Diseño flip de 360° y cámara con vista al mundo

Diseño resistente a las caídas y salpicaduras dentro del salón de clases

Durabilidad de grado militar, banda de goma y un teclado resistente a salpicaduras

Chasis de diseño modular para fácil mantenimiento

Repara y cambia componentes fácilmente



Mónica Carrillo
T. 33 3812 1413
mcarrillo@grupocva.com



Santa Selene Bray
T. 66 2109 0000
santa.garcia@ctin.com.mx



Mónica Vázquez
T. 55 5403 0669
monica.vazquez@ingrammicro.com



Yajairo Ramirez
T. 55.4188.8126
yajairo.ramirez@gvadeto.com



Arturo Rubio
T.744 225 2677
arturo.rubio@exel.com.mx

EL COMERCIO ELECTRÓNICO PUNTA DE LANZA EN LAS PROMOCIONES DE FIN DE AÑO

Texto: Raúl Ortega

- EL MERCADO DE VOLUMEN EN TI **CRECERÁ ANUALMENTE ENTRE 15% Y 20% EN LA FACTURACIÓN EN PESOS**
- **CÓMPUTO, ELECTRÓNICA DE CONSUMO, ACCESORIOS, EQUIPOS DE IMPRESIÓN, GAMING Y PERIFÉRICOS, PRODUCTOS QUE NO PUEDEN FALTAR EN PORTAFOLIO DEL CANAL**
- **EL DESABASTO ES UN RETO PARA LOS CANALES QUE SE PUEDE CONVERTIR EN OPORTUNIDAD AL CONTAR CON UN ALIADO CON SUPPLY**





El canal de distribución tendrá un cierre de año con retos, como son el desabasto de inventario, pero de hacer los cálculos pertinentes, actuar conforme a ello y buscar un aliado con stock suficiente, le abrirá oportunidades importantes durante las promociones de fin de año y es que, si bien en los últimos meses del 2021 ha sido satisfactorio en tema de ventas para los canales, éstas se han visto empañadas por la problemática del desabasto, por lo que líneas como gaming, periféricos, cómputo, electrónica de consumo, accesorios, e incluso equipos impresión, serán de primera índole para contar con inventario suficiente, pues se espera que las mayores ventas se registren en estos rubros y de contar con alguna promoción potencializará favorablemente el incremento en las ventas durante la temporada de fin de año. El cierre del 2021 comenzó y con ello, una andanada de promociones en las que, la principal derrama económica se centra en el segmento de tecnología, lo que incluye desde productos de uso común, como pueden ser pantallas o smartphones, hasta soluciones especializadas, por lo que contar con diversos medios para promocionar la oferta que los canales acercan, será determinante durante la temporada.

“Se estima que el mercado de volumen en TI, registre crecimientos anuales en el rango del 15 al 20% en la facturación en pesos; el mercado de volumen incluye cómputo personal, periféricos y consumibles”: Fabiola Cruz González, Consultora en Select.

VENTA NAVIDEÑA 2021



01 al 15 de diciembre.

¡Promociones exclusivas, regalos y más!

Compra \$5,000⁰⁰ pesos + IVA de una o varias marcas participantes en una sola exhibición y envía tu factura a promociones@grupocva.com, y obtén tu acceso para la **Gran Posada Virtual CVA**. Habrá show, rifa de regalos y kit del evento. Para más información visita nuestro micrositio en www.grupocva.com.



Gran Posada Virtual CVA
15 de diciembre 2021; 5:00 p.m.
Invitado especial: Andreas Zanetti

Condiciones: Un acceso por razón social. Limitado a los primeros 100 distribuidores que envíen su factura a promociones@grupocva.com. Factura válida por compras de una sola exhibición en marcas participantes. Vigencia del 1 al 15 de diciembre del 2021.

NATIONAL
SOFT

tp-link

Koblenz

Kingston
TECHNOLOGY

GHP

PERFECT CHOICE

SAMSUNG

logitech

MIRATI
HOME

ASUS
CÓMPUTO

SEAGATE

StarTech.com
Hard-to-find made easy

Lenovo

Microsoft

acer

APC

AMD

DELL Technologies

Las oportunidades que se abren para los canales por motivo del cierre de año, son diversas pese a que, existen fechas específicas como es el Buen Fin o bien el Black Friday, lo cierto es que muchas personas y empresas, no realizan compras durante ese tiempo, ya que continúan comparando precios y calidad en los productos, además de esperar un poco más para encontrar una mejor oferta, por lo que los mayoristas también buscan tener cierta independencia en sus ofertas y no estar sujetos, únicamente a las que los fabricantes promocionen. “Como mayorista no podemos depender únicamente de las promociones que los fabricantes nos ayudan para transmitir al canal. Debemos ser creativos para buscar opciones, adicionales, que sean atractivas para nuestros socios de negocio. En este último trimestre del año, creemos que podemos tener un crecimiento de, al menos, el 20% versus los resultados del resto del año”, afirmó Gabriel Lejtik, Director de Marcas en Grupo CVA.

Es así que, las promociones que los canales implementen durante la temporada fin de año, podrían ayudar con el equilibrio de la facturación anual y por tanto, sería indispensable implementar una estrategia multicanal, en la que es indispensable contar con presencia digital a través de una landing page, marketplace o el comercio electrónico en general, al respecto, la Consultora en Select, Fabiola Cruz, comentó: “El mercado ahora responde a estrategias multicanal: las promociones incentivan a los usuarios mediante redes sociales y landing pages, y los consumidores, de acuerdo a sus preferencias, acuden a tiendas físicas o hacen sus pedidos en las tiendas virtuales.

“Las ventas en tiendas físicas aún son el principal medio de ventas, debido a los patrones de compra del consumidor; sin embargo, el mayor crecimiento año con año, se registra en las tiendas virtuales”:
Fabiola Cruz González.



FABIOLA CRUZ

Si bien es cierto que, los canales deben desarrollar una estrategia basada en multicanalidad para aprovechar al máximo la derrama económica que se espera para el resto del fin de año, también es importante que no se pierda de vista las formas tradicionales que tiene el usuario final, al momento de adquirir tecnología, ya que existe cierta inclinación por conocer el producto físico antes de adquirirlo y eso supone otro reto para el canal de distribución; contar con un inventario robusto, pero de tenerlo, se abre una oportunidad que casi se puede convertir en un ticket de compra, puesto que es más fácil retener e incluso, venderle a un cliente en un espacio físico, que en uno digital.





Demanda, retos y oportunidades

Anteriormente, se hablaba de la relevancia de que los canales cuenten con un supply suficiente, puesto que si esto anteriormente no era tan importante, ahora se está convirtiendo en un valor agregado, debido a la escasez de componentes provenientes desde Asia y es así que, mayoristas como Grupo CVA se convirtieron en un aliado importante a tener en consideración, pues cuenta con suficiente inventario, una sólida logística en el envío de sus soluciones, así como un seguimiento puntual con equipo especializado y en esta temporada están poniendo especial atención a productos que sin lugar a dudas, serán los de mayor demanda, así lo explicó el Director de Marcas en Grupo CVA, Gabriel Lejtik: “Sin duda hay líneas que no tendrán cambio respecto a su alta demanda, por ejemplo, cómputo, electrónica de consumo, accesorios, equipos de impresión. Pero sin duda líneas ligadas al mercado Gamer son las que mayor crecimiento han tenido a partir de la pandemia y esta estacionalidad hará que sus ventas se incrementen drásticamente contra años anteriores”.

“Tendremos promociones muy variadas; desde descuentos adicionales, bundles, productos de regalo, fletes sin costo, 10+1, solo por mencionar algunas. En Grupo CVA tenemos grandes sorpresas preparadas para nuestros partners, que sin duda serán de gran beneficio para ellos”: Gabriel Lejtik.



GABRIEL LEJTIK

Así bien, durante las promociones de fin de año las empresas están apostando por los medios digitales para promocionarse e incentivar las compras electrónicas, con la intención de fortalecer sus estrategias digitales, al tiempo que ofertan promociones que sólo podrán ser válidas en dichos espacios, aunque no sólo lo han realizado por motivo de la temporada, sino que la estrategia está delineada como parte de la integración y de opciones comerciales que ofrecen para los canales.



CONFORTABLE Y FLEXIBLE

OGS-02

Características

- ▶ Inclinación de 90° a 155°.
- ▶ Mecanismo mariposa con bloqueo de altura e inclinación.
- ▶ Base tipo estrella de 5 puntas.



Altura total de 122 cm y con una resistencia de hasta 150 kg de peso.

Incluye soporte lumbar y reposa cabezas.
Piel sintética y espuma de poliuretano.



De venta en:



INGRAM
MICRO

Alejandro Cerna
Tel: 3812 1413 Ext.0332
jcerna@grupocva.com

Miguel Cisneros
Cel: 5579069038
miguel.cisneros@ingrammicro.com



COMODIDAD Y SONIDO ENVOLVENTE OGMH01

Características

- ▶ Diseño ergonómico para largas jornadas de juego.
- ▶ Sonido de alta calidad.
- ▶ Micrófono con cancelación de ruido.

Iluminación RGB tipo arcoíris. ▶

Entrada jack 3.5 mm compatible con PC, consola y smartphone. ▶

Sube y baja el volumen o silencia el micrófono gracias a su control. ▶



De venta en:



INGRAM
MICRO

Alejandro Cerna
Tel: 3812 1413 Ext.0332
jcerna@grupocva.com

Miguel Cisneros
Cel: 5579069038
miguel.cisneros@ingrammicro.com



“Nuestros canales de distribución han tenido un beneficio por usar nuestra plataforma ‘ME’ desde hace más de 11 años, en la que encuentran un precio preferencial, distinto y más bajo, que al levantar sus pedidos vía telefónica o en el escritorio de alguno de los más de 150 ejecutivos de venta que tenemos a nivel nacional, por lo que podemos decir que eso es permanente, sin importar la estacionalidad y al respecto no habrá cambio. Hoy cerca del 80% de los pedidos que se levantan en CVA son a través del ‘ME’, lo cual muestra que el canal siempre ha aprovechado sus ventajas”: explicó el directivo en Grupo CVA.

Recomendaciones para las Promociones de fin de año:

- **Grupo CVA:** El mayorista aconseja revisar muy bien las ofertas que tendrán como marca, ya que su catálogo es enorme y el mercado también, por lo que, con seguridad encontrarán los productos que requieran y promociones, además, están dispuestos a apoyar a sus partners con el cierre el año de la mejor manera y así dar la bienvenida al 2022 de la misma forma.
- **Consultora Select:** La Consultora recomendó a los canales contar con una constante comunicación con sus clientes, usando medios digitales, sin olvidar la influencia personal que tienen con los clientes más cercanos, adicionalmente, es importante que propongan paquetes de productos que incluyan servicios y así logren diferenciarse de la competencia.

Finalmente, es indispensable que los canales busquen aliados estratégicos que les den certidumbre sobre su cantidad de inventario, así como contar con éste en tiempo y forma, para vender experiencias satisfactorias a los usuarios finales. Es de recordar que, uno de los baluartes durante esta temporada y con motivo de la expansión en la venta digital, es la experiencia del cliente final, siendo conveniente no sólo vender las soluciones, sino en caso de ser necesario, advertir a sus clientes que no está disponible el producto en stock y hacer mención de la fecha tentativa de entrega, con lo cual no sólo son transparentes con la situación actual, sino que desaparecen la sombra de una mala experiencia, ya que a veces es mejor no concretar una venta que vender falsas esperanzas, lo que eventualmente traerá problemas y mala reputación a la empresa; situaciones que terminan por ser más costosas y desgastantes para la misma.

El canal de distribución constantemente se ha caracterizado por ser creativo en momentos complicados y prueba de ello han sido las coyunturas por las que atravesó en 2020 o bien, durante el temblor en 2017, etcétera. Ahora, una alternativa que puede apuntalar su facturación comercial para el cierre de este año, en caso de tener un inventario de productos limitado, esté en re-

alzar actualizaciones, puestas a punto o mantenimiento con software de las diversas soluciones que previamente ya ha colocado, lo que ayuda a fortalecer la relación con sus clientes, a la vez que podría generar alguna ganancia.

“Sin duda hemos aprendido a vivir y confiar en las distintas plataformas de comercio electrónico. Una muestra es el reciente Buen Fin, en el que a pesar de que las tiendas tenían un alto flujo de personas, fue hacia el comercio electrónico a dónde se inclinaron gran cantidad de transacciones. Sin duda, este fin de año no será muy diferente en el periodo previo a Navidad”: previó Gabriel Lejtik.

En conclusión, pese a que el Buen Fin terminó, los canales aún tienen opciones de oportunidades por delante, antes de finalizar el 2021 y aunque ya se anticipa una estabilidad que comienza a recomponerse para 2022, no deben dejar para mañana lo que pueden hacer hoy, en específico para las Promociones de Fin de Año.

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Servicios digitales

-Redes sociales

-Contenidos comerciales

-Posicionamiento de la marca

-Call Center

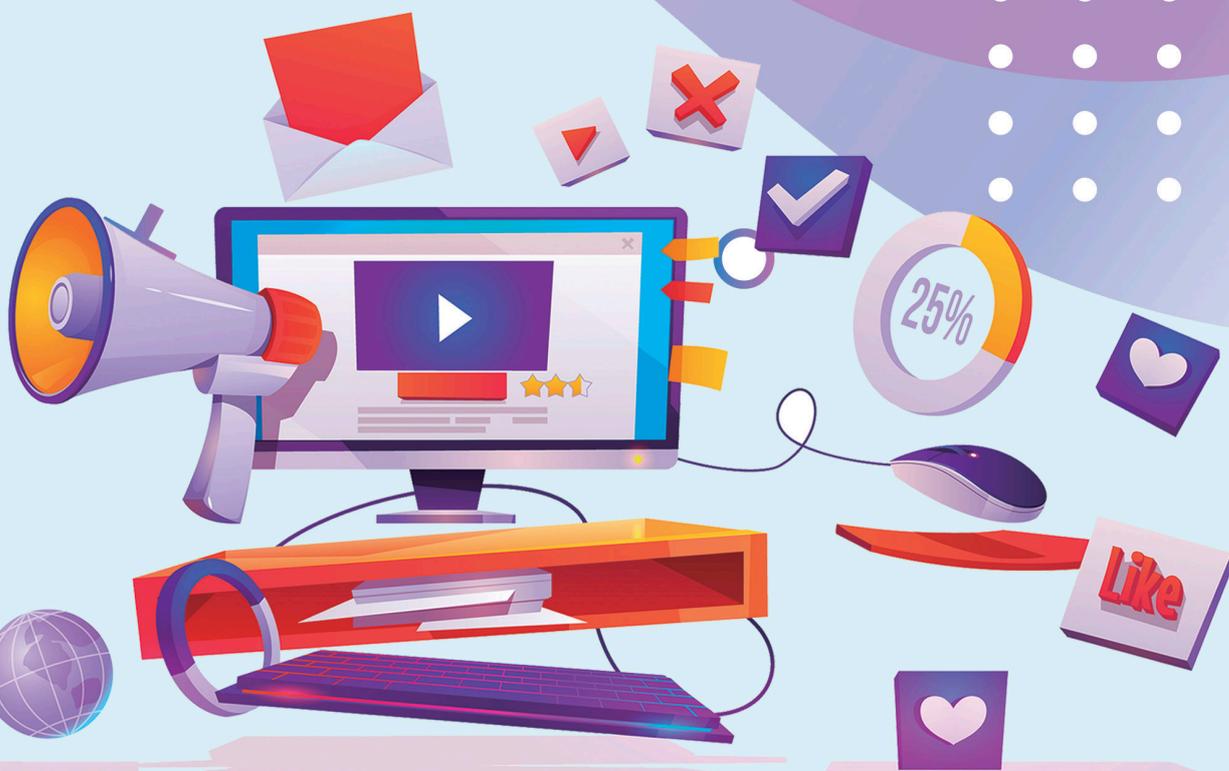
-Email marketing

-Newsletter

-Webinar

-Revista digital

-Portal web





APORTACIONES

PROLICOM

Andrés Rodríguez, Director General.

Una de las compañías con una sólida experiencia desde hace más de tres décadas y especializada en la fabricación de productos de limpieza de equipos de cómputo, no sólo se ha dedicado a la comercialización de sus artículos más emblemáticos como son la crema limpiadora Prolicom, sino que a través del tiempo innovó en la fabricación, robusteciendo su portafolio con elementos como lociones limpiadoras, aire comprimido, limpiador de circuitos, espuma limpiadora, Estatic-Express (limpiador de pantallas de laptop) y más. Con motivo del fin de año, Prolicom alista atractivas promociones, descuentos y sorpresas, por lo que sería importante dar seguimiento puntual a la compañía y a los mayoristas que le acompañarán durante este cierre de año, entre los que se incluyen: Exel del Norte, CT Internacional, Ingram Micro y Grupo Loma, quienes brindan con lo necesario para apoyar el negocio de sus canales de distribución.



“En Prolicom tendremos grandes descuentos y sorpresas para este fin de año, las cuales podrán verificar y solicitar a través de nuestros socios mayoristas: Exel del Norte, CT Internacional, Ingram Micro y Grupo Loma. Los invito a estar atentos y esperen muy pronto nuestras grandes promociones”: puntualizó el Director General.

administracion@prolicom.com.mx

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

FELICITA Martes 30

LUIS ENRIQUE PÉREZ GONZÁLEZ, GERENTE NACIONAL DE IMPRESIÓN Y CONSUMIBLES EN HONEYWELL
PABLO EDUARDO PADILLA REYES, KEY ACCOUNT SALES EXECUTIVE PARA CUENTAS CORPORATIVAS EN ALESTRA
CDC GROUP POR SU 23 ANIVERSARIO
HIKVISION POR SU 20 ANIVERSARIO

Miércoles 1

ALEJANDRA COLÍN, ASISTENTE DE DIRECCIÓN Y MERCADOTECNIA EN LUGUER
ALEJANDRO VÉLEZ, GERENTE REGIONAL DE CANALES EN GINGA
ELIANE CARVALHO SOUZA, DIRECTORA CARVALHO COMUNICA
PABLO ANTOLÍN MARTÍNEZ, ENCARGADO EN PC-DATOS
RICARDO HERRERA, KAM MAYOREO TI EN GINGA
SUSANA VELÁZQUEZ MONTIEL, DIRECTORA GENERAL DE SU IMAGEN COMUNICACIÓN
URZULA SANTIBAÑEZ, GERENTE SR. GOBIERNO Y ALIANZAS EN GINGA
SMARTBITT POR SU 11° ANIVERSARIO
VERTIV POR SU 5° ANIVERSARIO

Jueves 2

ANAYELI RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ, EJECUTIVO DE VENTAS EN TOP DATA
GERARDO ROMERO RAZO, DIRECTOR GO TO MARKET EN INGRAM MICRO
IVONNE REYES, MARKETING MANAGER EN POLY
DOMINION POR SU 21 ANIVERSARIO

Viernes 3

ARACELI DE GREGORIO AGUILAR, EJECUTIVO DE VENTAS EN TOP DATA
JAVIER JIMÉNEZ AGUIRRE, EJECUTIVO DE VENTAS EN TOP DATA

Sábado 4

JOSÉ LUIS ROSALES GARCÍA, DIRECTOR GENERAL DE POWERCLASSWIFI

Domingo 5

EDGARDO MARTÍNEZ SEPÚLVEDA, DIRECTOR COMERCIAL EN BITAM DE MÉXICO
ELIDA TAFOLLA CRUZ, EJECUTIVO DE VENTAS EN TOP DATA
PAMELA GONZÁLEZ CHÁVEZ, GERENTE DE MARCA SAMSUNG EN GRUPO CVA

SILIMEX

Oscar Sánchez Conde, Comunicación.

La marca enfocada al mantenimiento interno y externo de equipos, realizará descuentos directos por motivo del cierre de año, para beneficiar a todos sus distribuidores en removedores de polvo, limpiadores dieléctricos, limpiadores lubricantes, toallas húmedas limpiadoras, grasa disipadora de calor y más artículos que componen su extenso portafolio, así lo aseguró Oscar Sánchez: “Las promociones estarán en los productos de mayor uso en el mantenimiento interno y externo de equipos como: Aerojet 360 removedor de polvo, Compuklin limpiador dieléctrico de tarjetas electrónicas, Silijet E-plus limpiador lubricante de mecanismos electrónicos, Computoallas Toallas húmedas limpiadoras, Alcohol isopropílico en aerosol, Silitek grasa disipadora de calor, Compustat limpiador de pantallas; lo más seguro es que sea un descuento directo que beneficie a todos nuestros distribuidores”.

Cabe mencionar que, las promociones de fin de año que habilitará el fabricante, estarán disponibles, tentativamente, a partir de la segunda semana de diciembre y podrán adquirirse con los mayoristas: CT Internacional, Grupo CVA, Ingram Micro, DC Mayorista, Grupo Loma, Syscom, Dicotech, PCH Mayoreo y Daisytek.

La compañía invitó a conocer la marca y los productos que provee, así como su constante trabajo para convertirse en un aliado que protege, limpia y da mantenimiento a las tecnologías.

“Recuerden que Silimex es el mejor aliado de su tecnología; somos la mejor solución para realizar la limpieza y el mantenimiento de cualquier equipo electrónico y de cómputo”, concluyó Oscar Sánchez.



atencion@silimex.com.mx





Conoce la
nueva imagen
de nuestro sitio Web

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

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

GUÍA DE COMPRA

Kits y productos de limpieza

Cada vez resulta más necesario contar con soluciones que faciliten la limpieza de los equipos electrónicos sin dañarlos, con el fin de ayudar a preservar la salud de los usuarios; para los canales, incluirlos dentro de su portafolio y proyectos representa un plus.

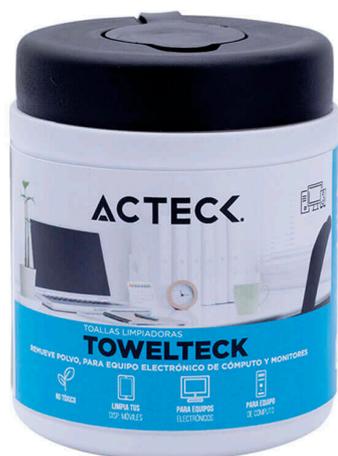
Texto: **Anahi Nieto**

Acteck

Toallitas limpiadoras ACMA-013

Características: Toallitas húmedas limpiadoras, protectoras y abrillantadoras de uso externo. Son prácticas y fáciles de usar, desintegran grasa, cochambre y polvo para limpieza de artefactos de oficina.

Garantía: No aplica.



Prolicom

Gel Antibacterial

Características: Utilizar desinfectante de manos es ideal cuando no se tiene disponible agua y jabón. Para que el desinfectante sea efectivo, éste debe contener por lo menos 70% de alcohol. Los geles desinfectantes pueden reducir el número de gérmenes en las manos en muchas situaciones. En el caso del coronavirus, sí pueden ser efectivos, pero sólo como medida temporal, mientras se tiene acceso al agua y jabón. Disponible en presentaciones de 250 ml, 500 ml y 1 L.

Garantía: Dos años, cambio físico inmediato.

administracion@prolicom.com.mx



SILIMEX®



CONOCE MÁS SOBRE
LOS PRODUCTOS
SILIMEX:



El mejor aliado de tu tecnología

SOLUCIONES PARA MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

EL MANTENIMIENTO MEJORA EL FUNCIONAMIENTO DE TUS EQUIPOS.

CONECTA CON NOSOTROS:

silimex.com.mx     

©Todos los derechos reservados, Silimex S.A. de C.V.

Contacto:

Guillermo Orozco Vandyck
GERENTE DE VENTAS

guillermo@silimex.com.mx
Móvil: 55 6791 3188

Prolicom

Screen Clenner-Express

Características: Kit de limpieza limpiador de pantallas, especial para equipos electrónicos de uso diario tales como: tabletas, pantallas de plasma, LCD, cámaras digitales, smartphome, monitores, pantallas de laptop, etcétera.

Garantía: Dos años, cambio físico inmediato.

administracion@prolicom.com.mx



Desinfecta en Casa y Oficina: Escritorios, Manos, Libreros, Juguetes, Celulares, Teléfonos, Control Remoto, Computadoras, Laptop, Ipad, iphone, mouse y muchas cosas más...

Gel Antibacterial:

Presentación

- 250 ml
- 500 ml
- 1 Litro



Spray Desinfectante:

Para manos con agradable aroma a naranja.

Presentación
60 ml, 125 ml
250 ml



Jabón Antibacterial:

Para manos con agradable aroma.

Toallas Desinfectante: Presentación
12, 30, 70, 100
y Cubeta con 300 pzas



Sanitizante en Perlas

Desinfectante y sanitizante granulado, formulado a base de sales cuaternarias de amonio de última generación y urea



Germicida

Desinfecta pisos, escritorios
baños y cualquier tipo de
superficie



Tapete Sanitizante

Desinfectante de zapatos Medida: 56x38x2



GUÍA DE COMPRA

Silimex Aerojet 360°

Características: Removedor de polvo (aire comprimido). Ideal para la limpieza de productos electrónicos tanto interna como externa. Único con válvula 360°, la cual permite que el producto pueda ser aplicado en cualquier posición (horizontal o vertical) sin que el gas salga en estado líquido, lo que facilita la limpieza en lugares de difícil acceso. Alta presión. Incluye un tubo extensor para lugares de difícil acceso. No daña ningún tipo de materiales. Libre de CFC'S Y HCFC's. Alto rendimiento. Presentación en bote de aluminio con 660 ml.

Garantía: Seis meses.

guillermo@silimex.com.mx



Silimex Computoallas

Características: Toallitas húmedas desinfectantes para limpieza de equipo de cómputo. Eliminan grasa, cochambre y polvo. Ofrecen protección antiestática y son antibacteriales. Presentación: Envase con 30 piezas.

Garantía: Seis meses.

guillermo@silimex.com.mx



GUÍA DE COMPRA

Vorago CLN-107

Características: Toallas limpiadoras húmedas 30 pzas. La fórmula prehumedecida de los pañuelos limpiadores es ideal para la limpieza de pantallas LCD y gabinetes de equipo de cómputo, además de eliminar el polvo, ofrecen protección antiestática.

Garantía: Un año.



Vorago CLN-200

Características: Kit de limpieza solución 60 ml + 1 Franela, La solución está especialmente formulada para la limpieza de equipos y accesorios, es ideal para limpiar plástico, aluminio o cualquier tipo de superficie.

Garantía: Un año.



VIRTUAL EXPERIENCE 2021 DE TEAM

EXPONE CRECIMIENTO Y PROSPERIDAD JUNTO AL CANAL

• ENLACE TEAM, MARKETPLACE DEL MAYORISTA, CRECE 100% AÑO CONTRA AÑO.

Texto: Anahi Nieto

Tecnología Especializada Asociada de México (TEAM) dio a conocer los resultados que obtuvo durante este 2021, su estrategia que guiará el 2022, las tendencias y oportunidades que identifica, y los teammates premiados por tener el mayor crecimiento en el año.

El evento más importante para TEAM se llevó a cabo hace unos días, y es que, como cada año, el “Virtual Experience” acerca al ecosistema de canales con el mayorista con el fin de conocer las novedades y el balance de la compañía, así como identificar nuevas oportunidades de negocio, aspecto que motivó el lema de esta edición 2021 “New Ways To Discover Great Opportunities”.

Tras la bienvenida por parte del Fundador y Presidente del Consejo, Miguel Ruiz Buelna, quien reconoció la labor que ha desempeñado Miguel Ruiz Hernández al frente de la compañía para mantenerla a la vanguardia y en constante crecimiento, el Chief Executive Officer (CEO) tomó la palabra.

Ruiz Hernández resaltó lo provechoso que ha sido este año para la empresa, la cual se adaptó e implementó de forma ágil nuevos modelos de negocio: cualidad que les ha permitido lograr crecimientos relevantes, como en ciberseguridad y cloud con un 87%.

El directivo enfatizó en la misión que tiene el mayorista de ser un integrador de soluciones de tecnología que comercializa y entrega con el ecosistema a través de diferentes modelos de negocio, privilegiando la especialidad y el servicio para llevar valor al usuario final.

• En el 2022, 60% de las empresas habrá invertido en aplicaciones nativas en nube.

• 75% probarán apps en contenedores.

• Para 2025, el 85% de las empresas globales estarán trabajando con apps en contenedores.

Panorama 2021

El directivo dijo que identifican próximas oportunidades de negocio para ayudar a las organizaciones a transformarse digitalmente. Desde el “Virtual Experience 2020” a la fecha TEAM ha llevado a cabo mejoras internas, un cambio de mindset, y servicio al cliente NPS; de igual forma, ha consolidado mejores alianzas con Autodesk, Hewlett Packard, HP y Microsoft; y ha incluido nuevos servicios para autoservicio.

En términos de volumen, el mayorista promueve la autonomía con su marketplace “Enlace TEAM”, ha impulsado también incentivos exclusivos y/o diferenciales, y una nueva versión de Magento U/X & AI. Algunos de los reconocimientos que la organización ha obtenido durante este año han sido Distributor of the Year 2021, por parte de HPE Latin América & Caribbean; Mejor mayorista de valor por Schneider Electric; 4 Quetzales de Aruba & HPE 2020; Stratosphere Cloud de mayor crecimiento en México 2020; Mayoristas de mayor crecimiento en ciberseguridad en México 2020; e Incremento en Marketshare & crecimiento de dos dígitos en soluciones foco.

TEAM ha logrado consolidar su presencia en países como Argentina, Colombia, Costa Rica y Perú.

Aunado a lo anterior, el mayorista ha creado ventajas competitivas basadas en eficiencia en producto, despliegue de servicios, integración de soluciones “gratis”, generación de demanda, y precio mínimo del 25% debajo de cualquiera y sin cargos extras.

El evento tuvo una duración de dos días y contó con la participación de canales, integradores, e ISVs, quienes pudieron acceder a información de valor por parte de la compañía y de sus aliados de negocio como fabricantes destacados, quienes abordaron temas en torno a la logística, operación y procesos.

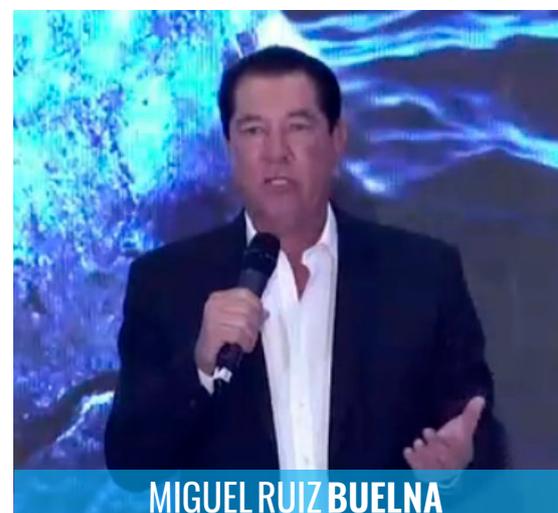
Ruiz Hernández comentó que este año lanzarán la versión 2.0 de Edge Computing y será la primera bajo un esquema SaaS; además, invitó a los canales a formar en conjunto una sinergia que ayude a las organizaciones a llevar a cabo su transformación digital.

Ganadores TEAM Awards 2021

- **Mejor Teammate de APC:** SGR Infraestructura y Servicios
- **Mejor Teammate HPE Aruba:** Totalplay Empresarial
- **Mejor Teammate Autodesk:** Cadgrafics
- **Mejor Teammate Citrix:** Corporativo ICSI
- **Mejor Teammate HP Cómputo:** Equipos Computacionales de Occidente
- **Mejor Teammate HPE:** ITW Technology
- **Mejor Teammate Imperva:** Scitum
- **Mejor Teammate Intel:** Comercializadora Intcomex
- **Mejor Teammate Kodak Alaris:** Expertos en Cómputo y Comunicaciones
- **Mejor Teammate Cloud Platform Microsoft:** Estratel
- **Mejor Teammate Cloud Productivity Microsoft:** Todo en la Nube MX
- **Mejor Teammate Qlik:** Business Insights México
- **Mejor Teammate Red Hat:** Kaizen Soluciones TIC
- **Mejor Teammate SOHO:** Mainbit
- **Mejor Teammate Symantec by:** Totalsec
- **Mejor Teammate Veritas:** HPCg
- **Mejor Teammate ISV:** PSW Global
- **Mejor Teammate Stratosphere As a Service:** Comercializadora JAYA
- **Mejor Teammate de crecimiento acelerado Stratosphere Cloud:** Sistemas Contino



MIGUEL RUIZ HERNÁNDEZ



MIGUEL RUIZ BUELNA



SÍGUENOS EN FACEBOOK

/Revista **eSemanal**

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

LEXMARK: LA CIBERSEGURIDAD TAMBIÉN ES INDISPENSABLE EN EL MERCADO DE IMPRESIÓN

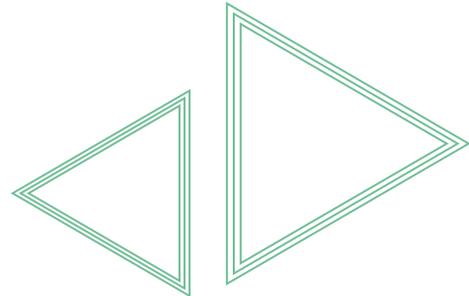
Autor: Raúl Ortega

- UNA DE CADA SEIS EMPRESAS CUENTA CON UNA ESTRATEGIA PARA MITIGAR LOS RIESGOS EN SEGURIDAD DE IMPRESIÓN
- MARKVISION ENTERPRISE, PRINT MANAGEMENT, PRINT RELEASE Y WEBINARS SOBRE MEJORES PRÁCTICAS, HERRAMIENTAS CON LAS QUE EL FABRICANTE PREPARA A SUS SOCIOS DE NEGOCIO

Los dispositivos de impresión también son susceptibles de ser atacados para extracción o secuestro de información, por lo que contar con dispositivos que anticipen desde diseño estos posibles y cada vez más crecientes escenarios de riesgo, se están convirtiendo entre las compañías que pueden asegurar la continuidad de sus

negocios o paralizarlas completamente; por lo cual, el canal está frente a una oportunidad enorme que de especializarse, podría incrementar favorablemente sus ventas, servicios y mantenimiento.

La ciberseguridad continúa ganando terreno como una herramienta indispensable en las compañías, a medida que los ataques se incrementan, es por ello que cuidar cada punto de acceso se ha convertido en una tarea fundamental, para proteger el acceso a información sensible o de alta relevancia para las organizaciones, y aunque muchas veces no pareciera necesario asegurar los dispositivos de impresión o multifuncionales, sí resulta de relevancia, pues pueden ser susceptibles de intrusión, así lo explicó Germán Daza, Gerente de Producto de soluciones y software para Lexmark: “Una impresora es como una computadora, ya que tiene una pantalla, un teclado (digital), una motherboard, tiene puertos de red, USB, memoria, disco duro, por lo que también puede ser infectada”.



GERMÁN DAZA

“EN 2017 REALIZAMOS UN ESTUDIO QUE NOS DIO POR RESULTADO QUE UNA DE CADA SEIS EMPRESAS TIENE UNA ESTRATEGIA PARA SEGURIDAD DE IMPRESIÓN, LO QUE HA MEJORADO DEBIDO IMPLEMENTAR SEGURIDAD DESDE EL DISEÑO, ADEMÁS DE CAPACITAR Y HACER DIFUSIÓN DEL TEMA”: GERMÁN DAZA.

Las brechas en seguridad pueden convertirse en una problemática y dejar susceptible a cualquier sector, desde Gobierno (información de los ciudadanos), sector salud (registros médicos o clínicos) o cualquier otro que simplemente se encuentre conectado a una red, por lo que Lexmark, además de contar con portafolio que anticipa ciertas situaciones, también acerca información de valor en relación a la aplicación de mejores prácticas como pueden ser el cierre de puertos de comunicación que no son necesarios, los puertos de USB, proteger el panel de operación con un usuario y contraseña, todo ello es una oportunidad para el canal de distribución para acercar soluciones de ciberseguridad a empresas que están dispuestas a proteger su información. “Llegar a esas empresas que quieren invertir en seguridad y puedan llevarles nuestro mensaje como Lexmark, en cuanto a los dispositivos y que no sólo inviertan en firewalls o servidores (que son muy importantes),

sino que también en impresoras, ya que cualquier dispositivo que esté en red está expuesto a que se presente alguna vulnerabilidad”: recordó el Gerente de Producto de soluciones y software para Lexmark.

“TAMBIÉN TENEMOS UN SOFTWARE (MARKVISION ENTERPRISE) DE ADMINISTRACIÓN QUE NOS PERMITE APLICAR TODAS LAS POLÍTICAS DE SEGURIDAD QUE BUSQUEN IMPLEMENTAR NUESTROS CLIENTES Y PARA EL TEMA DE IMPRESIÓN OFRECEMOS EL SOFTWARE PRINT MANAGEMENT YA SEA ON-PREMISE O EN LA NUBE, ADEMÁS DE CONTAR CON PRINT RELEASE QUE AYUDA A LA SEGURIDAD Y CONFIDENCIALIDAD DE LOS DOCUMENTOS QUE SE IMPRIMEN”: ASEGURÓ GERMÁN.

Así bien, la oferta que existe alrededor de la ciberseguridad es tan grande como diversa y aunque requiere de cierta especialización para comercializar estas soluciones, el camino que ofrece Lexmark podría ser un buen comienzo para convertirse en el especialista que no sólo requieren las empresas, sino el mercado en general, pues hay que recordar la brecha creciente entre la demanda de especialistas y la ínfima cantidad que existen en la actualidad.

INGRAM MICRO Y REALWEAR DAN EL SIGUIENTE PASO HACIA LA MODERNIZACIÓN DEL TRABAJO INDUSTRIAL

Autor: Raúl Ortega

- LA ALIANZA BUSCA FORTALECER LOS NEGOCIOS EN EL MERCADO INDUSTRIAL DESDE EL IOT
- EL HMT-1 Y EL HMT-1ZI, LAS NUEVAS APUESTAS PARA EL SEGMENTO INDUSTRIAL QUE ACERCA INGRAM A SUS PARTNERS



Con esta alianza, el mayorista busca robustecer las opciones de oferta que existen en el segmento industrial para sus canales, con soluciones que se adaptan a los nuevos requerimientos apoyados en tecnologías como realidad aumentada y que eventualmente están definiendo los negocios futuros basados en IoT.

El actual mercado continúa una ruta evolutiva de rápida adhesión de nuevos desarrollos, que van desde el despliegue de redes móviles de mayor velocidad, confiables, mayor disponibilidad, un incremento considerable de dispositivos conectados a internet, ecosistemas IoT (Internet of Things) más robustos, soluciones que brindan conectividad de rápido acceso, despliegue inmediato y de fácil gestión remota vía nube, por lo que los negocios necesitan flexibilidad para contar con movilidad y cubrir lugares de difícil acceso para redes fijas tradicionales.

“NOSOTROS DEFINIMOS AL IOT EN TRES CAPAS; LA REDA ESCALABLE DE OBJETOS INTELIGENTES (ES LA CAPA DE SENSORES); LA TRANSMISIÓN DE DATOS E INFORMACIÓN Y LA ÚLTIMA CAPA DE OPTIMIZACIÓN DE LA TOMA DE DECISIONES, QUE ES LA HERRAMIENTA QUE AYUDA A PROCESAR Y MANEJAR LA INFORMACIÓN”: JORGE MORALES, LÍDER DE LA UNIDAD DE NEGOCIOS DE IOT EN INGRAM MICRO.

La oportunidad de negocio para todo lo relacionado con IoT se ha consolidado a través de los últimos años, por lo que hacer una apuesta por parte de los canales es casi una garantía de retorno de inversión; pues se estima que existe una inversión en México por 5.7 billones de dólares, así lo comentó Jorge Morales: “En el país existe una inversión por 5.7 billones de dólares, lo que representa a nivel Latinoamérica el 23%; además actualmente más del 47% de las empresas muestran interés en proyectos de IoT y han pasado del interés a la adopción de modelos de negocio; dando como resultado a nivel global una oportunidad de 745 billones de dólares y para México existe la estimación de negocio es de 380 billones de dólares en un periodo del 2018 al 2025”.

Por otro lado, las verticales para IoT cruzan por diversos segmentos como: transporte y logística, Smart home, soluciones de retail, manufactura y edificios inteligentes, industria de salud, agrícola-



JORGE MORALES

facilitan la colaboración industrial con realidad extendida, a lo que Michelle Tamayo, Customer Development Latin America en RealWear, explicó: “El trabajador industrial moderno opera con instrucciones detalladas de trabajo y máquinas complejas, requiere tecnología manos-libres para realizar el trabajo de una manera segura, confiar en el soporte y conocimiento externo, además de que trabajan en ambientes peligrosos; debido a que los dispositivos no son suficiente, RealWear diseñó y desarrolló una plataforma para enfocarse a los trabajos de primera línea y enfocarse a su trabajo”.

“EL DISPOSITIVO ES TOTALMENTE MANOS-LIBRES, CUENTA CON UNA PANTALLA OCULAR COMO SI FUERA UNA TABLETA DE SIETE PULGADAS, TIENE QUE SER CONECTADO A UN ACCESORIO COMO UNA BANDA O UN CASCO, TIENE UNA CÁMARA LATERAL PARA TRANSMITIR VIDEO Y TOMAR FOTOS”: PUNTUALIZÓ MICHELLE TAMAYO.

tura, ciudades inteligentes, administración de energía, accesorios y la industria verde; lo anterior da cuenta del extenso abanico de oportunidades de negocio que los canales podrían rentabilizar con sólo avanzar en el conocimiento y especialización de las mismas.

La industria, el IoT y Realwear

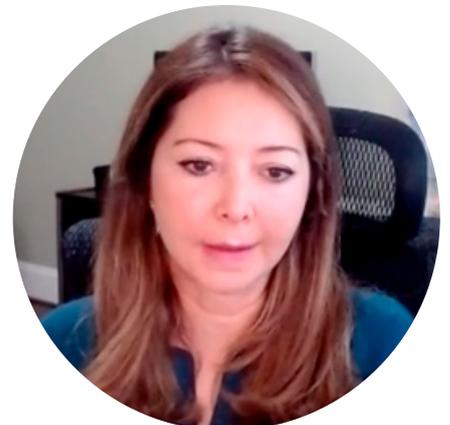
El IoT con su capacidad de interconectividad entre los sensores, la posibilidad de tomar decisiones y la colaboración en tiempo real, son características que definieron al internet de las cosas y las cuales, ahora se insertan en herramientas que

Línea de productos RealWear:

HMT-1: Es una tableta manos-libres y es totalmente controlada por comandos de voz; tiene cancelación de ruido, audio potente, pantalla exterior, compatible con EPP y potencia de tableta.

HMT-1Z1: Diseñado para áreas especificadas y seguro para ambientes potencialmente explosivos como gas y petróleo, manufactura, pero comparten las mismas características (Cancelación de ruido, audio potente, pantalla exterior, compatible con EPP y potencia de tableta).

Finalmente, los dos modelos están disponibles para los canales con Ingram Micro, además de que su diseño no se restringe al rendimiento común, sino que añade distintivos como resistencia al agua y hermeticidad al polvo, lo que ahondó la Customer Development Latin America en RealWear: “Es totalmente robusto y enfocado para el trabajador que está en la industria o está fuera (en el campo), operando, por lo que es resistente al agua, cumple con el estándar IP66, resistente al polvo, es a prueba de caídas sobre concreto desde cualquier ángulo (2 metros), posee una construcción resistente (opera a -20°C y a más de 50°C), adicionalmente, la batería es intercambiable para uso continuo (8 a 10 horas)”.



MICHELLE TAMAYO



**SÍGUENOS
EN INSTAGRAM**

/revista_eseManal

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL



WEBDOX

PREPARA RECLUTAMIENTO DE CANALES EN EL Q1 DE 2022

LA COMPAÑÍA HA LOGRADO TENER PRESENCIA EN 12 PAÍSES DE LA REGIÓN Y UNA CARTERA DE MÁS DE 200 CLIENTES DE MEDIANO A GRAN TAMAÑO.

Autor: Anahi Nieto

La falta de acceso, descontrol e ineficiencia en la gestión de contratos fueron algunos de los aspectos que impulsaron la creación de Webdox en el 2012; ahora la plataforma brinda la facilidad de que equipos, clientes y proveedores trabajen interconectados en la creación, negociación, aprobación, firma y gestión de contratos.

Originalmente, el modelo de negocio de la plataforma estaba orientado hacia el mundo jurídico, pero desde el 2017 se convirtió en un software CLM (Contract Lifecycle Management), lo cual representa una gestión dinámica y sistemática de los contratos de una empresa desde su inicio, hasta la adjudicación, cumplimiento y renovación.

“El objetivo de Webdox no sólo es impactar a gerencias legales, sino convertir a la gerencia legal en un eje de colaboración de otras áreas para agilizar y estandarizar procesos contractuales como procesos de compra-venta, recursos humanos, por mencionar algunos”, dijo Raúl Alcaide, Director de Expansión y Canales Estratégicos para LATAM.

El software promete ser amigable con el usuario, presenta una facultad de configurabilidad única y confidencialidad que permite buscar información y hacer uso de la herramienta de forma independiente sin acceder a un consultor de tecnología o código. Gracias a alianzas locales, es posible entregar firmas digitales propias ilimitadas y gratuitas.

Panorama en México

Aunque en México la compañía lleva dos años operando, ya se ha convertido en uno de los mercados más importantes y estratégicos para Webdox. “Es un mercado de bastante agilidad en el que nosotros hemos podido desarrollar bastante solvencia y rapidez; ya tenemos clientes importantes de gran renombre y encontramos un potencial tremendo para seguir conquistando gerencias legales en el país”, detalló Alcaide.

De acuerdo con el directivo, Webdox es un producto que puede activar una gran cantidad de negocio, ya que tiene distintos casos de uso e involucra a prácticamente todas las industrias y a las diferentes áreas de éstas, ya sea en retail, alimentos y bebidas, telecomunicaciones, banca y finanzas, construcción, energía, etcétera.

El 80% de los contratos de las empresas se encuentran en las áreas de ventas, compras, recursos humanos, y gerencia legal.

A pesar de que Webdox tiene un esquema comercial que contempla la venta directa con el cliente final, el ecosistema de partners también resulta fundamental en su proceso de negocio, ya que a través de estos pueden ofrecer servicios, atención y valor a los usuarios, así como acceder a diferentes clientes en México.

Para ello, la compañía cuenta con un programa estructurado de partners que les permite desarrollar el mercado a través de alianzas estratégicas de negocio, y también se basa en códigos de ética que involucran la protección de negocio.

“Tratamos de ser uno con los partners para generar negocios. Estamos comprometidos con la educación respecto a la gestión de contratos, entregamos materiales y elementos para desarrollar y aprender Webdox; el beneficio de rentabilidad es grande, la repartición de comisiones e incentivos resultan atractivos para los socios de negocio”, expuso el directivo.

Alcaide mencionó que los integradores permiten acercar las soluciones a la región para atender casos de uso, mientras que los resellers generan volumen de posibilidad de negocio, y los partners agregan valor al producto, con firmas digitales, servicios, onboarding, implementación, consultoría para entender sus procesos, entre otros.

Actualmente, Webdox colabora con 15 socios comerciales en el país y se encuentra interesado en reclutar a más, como beneficios que ofrecen se mencionaron la posibilidad de generar valor y negocios relevantes ya que los contratos son el alma de los negocios, también se podrán integrar a un equipo de calidad, generar rentabilidad y convivir sin conflictos de negocio.

“El mundo que se aproxima tiene el reto de llevar a cabo su transformación digital, los partners en México serán una arista fundamental para el crecimiento de Webdox. El próximo año durante el Q1 haremos eventos de reclutamiento de partners, queremos que el ecosistema de canales en el país sea el más fuerte para el apalancamiento de clientes grandes”, concluyó Angélica Huertas, Especialista de Mercadotecnia en Webdox.



RAÚL ALCAIDE

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

**SÍGUENOS
EN LINKEDIN**

/NOTICIASDELCANAL



PREDICCIONES TECNOLÓGICAS PARA 2022

**Por Julio César Castrejón.*

La nube dominará y causará tensión

No se puede negar que la nube es un gran catalizador para la innovación, ya que brinda a las empresas un espacio para probar diferentes técnicas o adoptar una nueva tecnología de manera anticipada. Pero también es una fuente de fricción dentro de las organizaciones, ya que los adoptantes entusiastas y los renuentes a la nube se enfrentan.

Estas tensiones aumentarán a lo largo de 2022 a medida que el CIO y el CEO luchen contra el síndrome FOMO (miedo a perderse algo) y se apresuren a mover todo a la nube en un intento por no quedarse atrás. Aquellos con una visión más equilibrada de la nube se encontrarán en desacuerdo con la mentalidad de “mover todo a la nube” del CIO y el CEO.

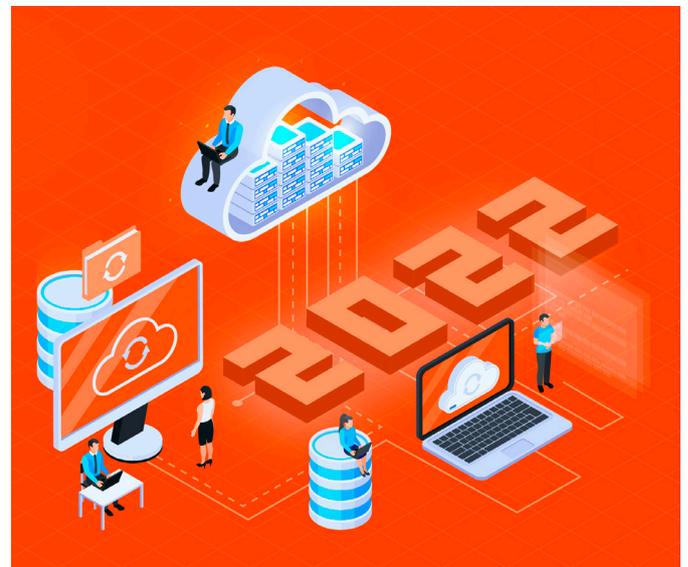
Los renuentes a la nube, que tienden a ser los que están más abajo en la cadena alimentaria, corren el riesgo de ser etiquetados como no creyentes y pueden ser marginados si no se ajustan a la forma de pensar de los entusiastas de la nube.

Kubernetes no se quedará en el camino ante las soluciones sin código

Las organizaciones esperan lo imposible de sus datos: quieren información más rápida sobre conjuntos de datos más grandes a un costo menor.

La tentación es pensar que las soluciones basadas en la nube sin código pueden ofrecer esto, y algunos predicen la desaparición de Kubernetes ante un número creciente de estas soluciones.

Esto subestima Kubernetes y la tecnología de contenedores. Los contenedores y Kubernetes son la fuerza impulsora detrás de cómo la industria está reinventando la forma en que





PURE STORAGE

 JULIO CÉSAR
CASTREJÓN

creamos y ejecutamos aplicaciones, impulsando la eficiencia y la agilidad de la TI empresarial; su popularidad solo continuará expandiéndose en 2022.

Respaldando esto, continuaremos viendo crecer el número de empresas emergentes en el ecosistema K8s (Kubernetes) centrándose en las capacidades en torno a la seguridad y la observabilidad. Sin embargo, el mayor desafío para las organizaciones en esta era de mayor adopción de Kubernetes será proporcionar a los desarrolladores el conocimiento y la experiencia para trabajar en este dominio.

Los CIO serán despedidos si no tienen una estrategia conjunta de contenedor y Nube

Si eres un CIO y no puedes responder a la pregunta: “¿cuándo migraremos a la nube?”, es probable que te despidan. La escala de adopción de la tecnología en la nube ha sido astronómica en los últimos años, pero se centrará cada vez más en aprovechar los beneficios de la adopción de contenedores en 2022.

Dado que los presupuestos de TI se reasignan del mantenimiento de los sistemas a la búsqueda de la innovación, cada CIO debe estar armado con un plan de éxito integral sobre cómo usarán los contenedores y la nube juntos en 2022.

Pero deben recordar que la adopción rápida no lo es todo, los cimientos deben ser sólidos. Los planes deben tener una visión de futuro y ser flexibles porque el cambio en este espacio está garantizado; ya sea un proveedor de nube o distribución de K8s (Kubernetes) o ambos. Las aplicaciones modernas se ejecutan en servicios de datos modernos donde K8 es la base; las empresas quieren ganar con los datos y el CIO tiene la clave para esta victoria.

***El autor es Country Manager para México de Pure Storage.**



eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

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

55 7360 5651

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

LA ESCASEZ DE MICROCHIPS EN LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ REFUERZA LA NECESIDAD DE MEJORAR LA PLANEACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

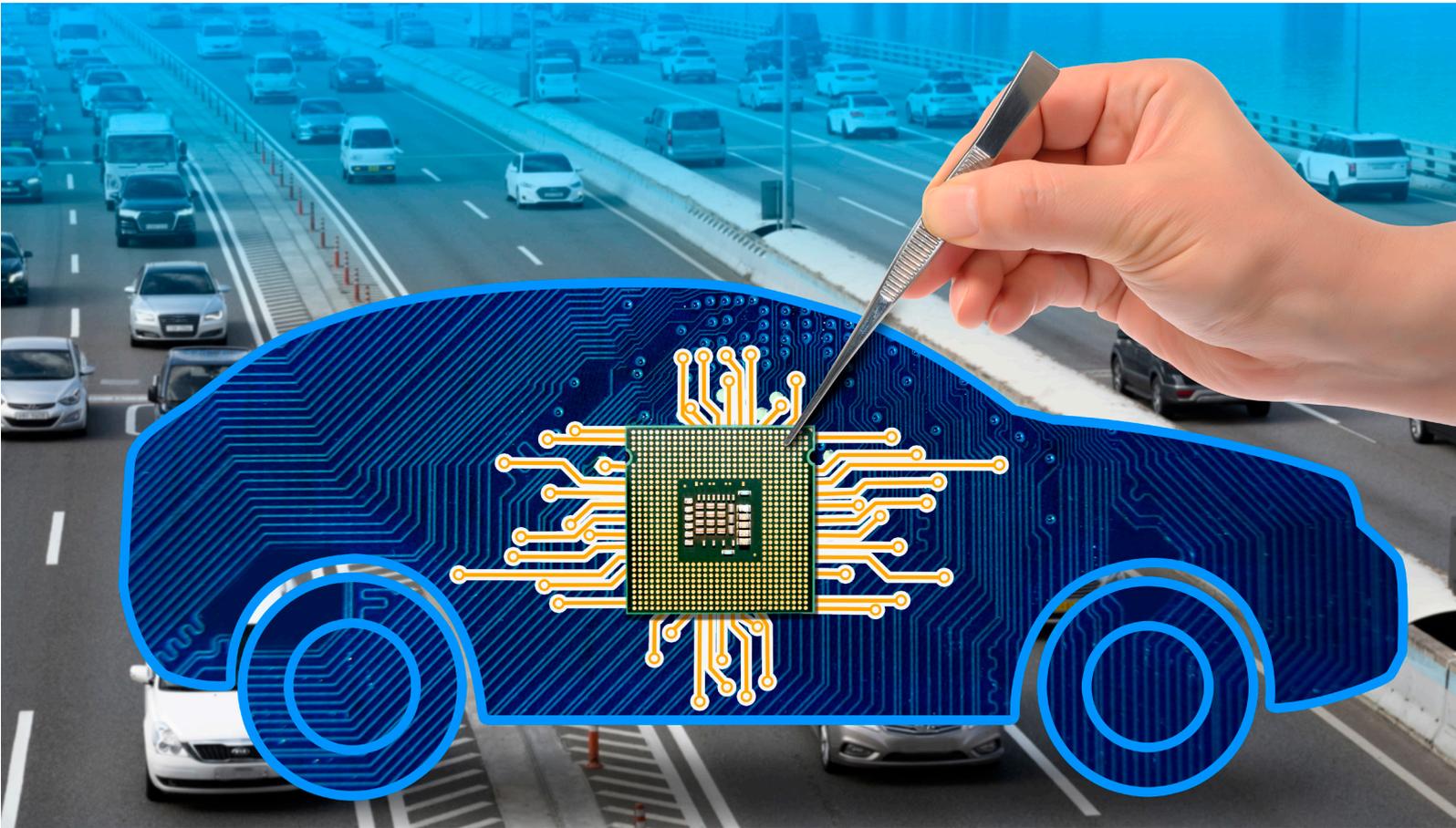
*Por José Rivero

La escasez global de microchips impacta severamente al mercado automotriz y no hay una rápida resolución a la vista. Esta disrupción de la cadena de suministro llama la atención de líderes y expertos en la industria de todo el mundo, pero de todas maneras el problema persiste.

Resumiendo, no hay suficientes chips para satisfacer la demanda. Algunas tácticas de corto plazo pueden ayudar a disminuir las pérdidas, pero se sabe que se requieren cambios a largo plazo en estrategia y planeación de la cadena de suministro. Afortunadamente, contando con tecnología avanzada se puede mitigar considerablemente el impacto de las disrupciones en la cadena de suministro en el futuro.

¿Cómo afecta la escasez actual de chips?

Los autos se han vuelto literalmente smartphones sobre ruedas, y los semiconductores se han vuelto cada vez más críticos para una cantidad de aplicaciones, desde sensores de presión de combustible, velocímetros digitales, herramientas con inteligencia artificial que ayudan en el estacionamiento, buscar la estación de servicio más cercana o para alertar que hace falta un cambio de aceite. Sin estos dispositivos, la recuperación de la industria automotriz post pandemia está demorada, y las empresas se ven imposibilitadas de cumplir con los pedidos. Según algunas estimaciones, el impacto en los volúmenes globales de producción será de aproximadamente 7 a 8 millones de unidades, y McKinsey informa que los principales productos de vehículos han anunciado considerables bajas en su producción debido a la escasez de chips, bajando la facturación esperada en varios miles de millones de dólares para el 2021.



¿Qué pasó con todos los chips?

El problema comenzó en los primeros meses de la pandemia de COVID-19, cuando las ventas de autos cayó casi un 80% en Europa, 70% en China y casi un 50% en los Estados Unidos. Esto también se reflejó en América Latina. La falta de demanda de autos nuevos causó el cierre de fábricas, los trabajadores fueron a sus casas y los pedidos de repuestos y componentes, como los semiconductores se cancelaron. Esto fue no ver a largo plazo. Tech Republic reporta que cuando las OEMS automotrices cerraron y se cancelaron los pedidos, dejaron a los proveedores de chips con capacidad en exceso en el inventario. Al mismo tiempo, algunos sectores necesitaron más

semiconductores para cumplir con las demandas de consumo en las casas y de trabajadores remotos. Las ventas crecientes en PCs, Tablet y electrónica para estudiantes y trabajadores que tuvieron que instalar áreas de trabajo en sus casas y las personas consumieron mayor cantidad de streaming. Esto ayuda a usar el stock existente de chips. Y esto sigue vigente.

¿A quién afecta la escasez de chips?

El impacto es amplio, va mucho más allá que a los compradores frustrados de automóviles. Cuando las fábricas cierran, se pierden puestos de trabajo, impactando a la economía. Industry Week reporta las ramificaciones políticas: “La

escasez de chips que afecta a la manufactura, tiene un impacto masivo en la economía de los EEUU, disminuyendo la producción de automóviles y aumentando los precios”. La Casa Blanca se ha reunido con ejecutivos del sector de semiconductores y los líderes en Europa que intentan resolver el tema actual de los chips y buscar soluciones a largo plazo.

Se están realizando cambios. Fleetnews del Reino Unido informó “El sector está claramente navegando una disrupción. Los productores de autos debido a la escasez de chips están obligados a aprender de la situación actual para adaptarse y prepararse para el futuro en una forma más eficiente”.

Algunas OEMs están haciendo cosas por su cuenta, intentando desarrollar sus propios microprocesadores y hasta su propio software. Esto puede significar un mayor control, muchos expertos lo consideran económicamente no práctico, ya que los chips automotrices son de bajo valor, son ítems de commodities. Invertir en desarrollarlos es una actividad de alto costo que tomaría años en ser rentable.

Una excepción es Tesla, dice Industry Week. Ha diseñado un microchip para su sistema “Full Self-Drive” produciendo todo hasta el propio chip. La inversión puede ser rentable. En el segundo trimestre, el productor de autos tuvo un número récord de vehículos llegando a los USD 1 mil millones de ganancia neta por primera vez.

La Unión Europea quiere participar en el negocio de los chips

Recientemente se anunció que la Unión Europea piensa ocuparse de este tema por medio de la legislación, esperando crear una “soberanía tecnológica” en caso exista escasez en el futuro.

La UE quiere ser la Fuente del 20% de la producción de semiconductores del mundo a finales de la década, conforme al roadmap presentado en marzo por la Comisión Europea.

¿Qué se puede hacer a corto plazo para resolver la escasez de chips?

Gartner sugiere que las empresas automotrices se mantengan atentas, continuando la negociación con los proveedores de chips. “La actual escasez de chips es una situación dinámica, por lo que es esencial entender que cambiará continuamente. Realizar la trazabilidad de los indicadores líderes como las inversiones de capital, índice de inventario y crecimiento en la facturación del sector de semiconductores es un indicador temprano de la situación en el inventario, que puede ayudar a las organizaciones a estar alertas sobre el tema y ver cómo sigue el crecimiento de la industria en general”, dice Gaurav Gupta, vicepresidente de investigación en Gartner.

¿Cómo responder a la escasez de chips a largo plazo?

La tecnología puede ayudar a superar retos complejos Visibilidad de los Datos. Las empresas de manufactura pueden encontrar ayuda en la tecnología para aprovechar los datos e interpretar los indicadores económicos. El análisis de datos es un arma importante en esta batalla, pero debe aplicarse en forma estratégica, proyectando los probables resultados como también el entendimiento de las influencias históricas.

Visibilidad de la cadena de suministro extendida. La importancia de la visibilidad de la cadena de suministro es clara. Dicha visibilidad debe extenderse más allá de los proveedores de primer nivel, llegando a toda la red de la cadena. Aunque utilizar opciones secundarias, como pequeños barcos de carga, agrega algunas preocupaciones de confiabilidad, complicando temas en otro frente. Esto debe ser un esfuerzo a largo plazo con prueba y error. Llegar al máximo detalle es la única forma de obtener una vista real de los riesgos y cuellos de botellas potenciales.

Mantenimiento de la flexibilidad de la cadena de suministro y mitigación del riesgo. No alcanza con simplemente observar los potenciales problemas. Las empresas deben poder accionar, reasignar las órdenes, o remapear las rutas de traslado, según sea necesario para mantener el inventario en movimiento, ruteado para la ubicación más adecuada. Las plataformas que vinculan a los socios comerciales, vía procesos comunes y datos compartidos, pueden brindar funcionalidades optimizadas disminuyendo considerablemente el riesgo.

Innovación colaborativa. Los cambios en las especificaciones del diseño del producto pueden ayudar a facilitar algunas brechas del inventario. La búsqueda de chips para el consumidor con mayor capacidad (mayores costos) puede transformar a las cuentas automotrices de menor prioridad en aquellas que reciben mayor atención de los productores de semiconductores.

Empresa SEG Automotive usa tecnología para gestionar la complejidad. Empresas innovadoras ya usan tecnología para mejorar los objetivos operacionales como el planeamiento de la cadena de suministro. La empresa global automotriz SEG Automotive, por ejemplo, cuenta con una solución ERP en la nube para enfrentar los retos del mercado. Como proveedor global líder de componentes, SEG Automotive lidera las tendencias. Ya que los automóviles se han vuelto cada vez más tecnológicos, la empresa para seguir el ritmo brinda sensores y tecnología de IA y es reconocida por ser pionera tecnológica. Para esto debe contar con procesos fluidos que permitan el desarrollo innovador de los productos.

“Podemos no sólo mejorar la gestión del flujo de trabajo, sino también utilizar métodos modernos en la manufactura digital y machine learning,” comenta Tim Zimmermann, director ERP, SEG Automotive. “Esto nos permite alzar tanto la optimización de la producción y el monitoreo automatizado de nuestra producción a un nuevo nivel.”

SEG Automotive ha lanzado varias tecnologías 4.0 para optimizar el uso de los datos, la conectividad y robótica. La solución permite la estandarización de los procesos digitales empresariales, mejora la visibilidad punta a punta y ayuda a la organización a aplicar planeamiento integrado, visibilidad impulsada por IA, especialmente importante durante la escasez de semiconductores.

La red digital con todas las partes y la provisión de datos centralizados logra una toma de decisiones más rápida y eficiente y reportes más sencillos. Una vista central de los datos de la empresa significa que la industria 4.0 y el machine learning se implementan estratégicamente.

SEG Automotive es un ejemplo de cómo la tecnología ayuda a superar complejidades modernas. En el caso de la escasez de chips, y otros retos, la empresa que utiliza una solución en la nube estará mejor equipada para responder con agilidad e inteligencia. Las herramientas modernas no resuelven todos los retos, pero está comprobado que posicionan mejor a las empresas para seguir avanzando.



José Rivero

*El autor es Country Manager de Infor México.

LOS CANALES SE AFIANZAN EN 2021 CON UN CRECIMIENTO DE 13.6%

Autor: Raúl Ortega

- LA CONSULTORA PRESENTÓ SU REPORTE TRIMESTRAL DE TECNOLOGÍA Y NEGOCIOS: EXPECTATIVAS Y OPORTUNIDADES PARA 2022
- EL MERCADO DE NUBE EN MÉXICO PARA 2022 ALCANZARÁ MÁS DE LOS 28MMDP.

E

l 2021 cierra de manera favorable para los canales, pese al desabasto de componentes, al tiempo que tecnologías como la nube se consolidan en los próximos años y donde las oportunidades de negocio crecen de manera exponencial.

Durante el tercer trimestre de 2021, la economía y la industria TIC perdió impulso, principalmente por el impacto de la ley de outsourcing, pese a ello la facturación TIC creció 8.6% y los mayoristas registraron doble dígito incluso con las afectaciones por el desabasto, así lo relató Ricardo Zermeño, Director General de Select: "Algunos hallazgos que sintetizan lo que vimos en el tercer trimestre de 2021; lo primero es que la economía y el mercado de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) han perdido impulso y son impactados por la ley de outsourcing, en segundo lugar la facturación de TIC creció 8.6% pero se distinguen los canales (mayoristas) que registraron doble dígito a pesar del desabasto, en tercer lugar los jugadores líderes de servicios TIC intercambian posiciones y se abren oportunidades para apoyar la colaboración híbrida, en cuarto lugar está la nube como el pilar de la operación tecnológica y es el mercado con mayor potencial y finalmente, la demanda TIC organizacional crecerá 5.5% en 2022 con sectores a la cabeza como manufactura, medios y transportes".

Entorno macro y negocios TIC

Con un crecimiento del 6% del PIB (Producto Interno Bruto) para 2021 y para 2022 se espera que se retomem las tasas de crecimiento tradicional, oscilando entre el 2% y el 3% que han sido la constante en los últimos 40 años.

“SE ESPERA UN CRECIMIENTO DE 2.9% PARA 2022; SABEMOS QUE LA DISRUPCIÓN EN LAS CADENAS DE SUMINISTRO, A PARTIR DE PANDEMIA, HA IMPACTADO LA ECONOMÍA, EL DESABASTO DE SEMICONDUCTORES, EL ENTORPECIMIENTO Y ENCARECIMIENTO DE LA LOGÍSTICA, ADEMÁS, A NIVEL MUNDIAL (NO SÓLO MÉXICO) PRESIONES INFLACIONARIAS EN MÁS DEL 6% AL CIERRE DEL 2021 EN EL PAÍS, AUNADO A LA INCERTIDUMBRE POR LA CONTRA REFORMA ELÉCTRICA, UN AUMENTO DE LAS TASAS DE INTERÉS QUE EL BANCO DE MÉXICO ESTABLECIÓ Y EL RÁPIDO IMPACTO DE LA LEY DE OUTSOURCING”: RICARDO ZERMEÑO.

FACTURACIÓN TIC SE DESACELERA:

2019: Primer trimestre 5%; Segundo trimestre 6%; Tercer trimestre 6%; Cuarto trimestre 4%. Crecimiento anual 3.6%.

2020: Primer trimestre 5%; 2 trimestre -8%; 3T -2%; 4T 3%; Crecimiento anual 0%.

2021: 1T 2.6%; 2T 16%; 3T 8%.

El 2021 comienza la recuperación en comparación con 2019, con un crecimiento anual al tercer trimestre de 8.6%, lo que representa 864 mil millones de pesos y está encabezado por los canales con un crecimiento a doble

digito (14%), 147 mil 466 millones de pesos, seguido de los operadores telecom con un crecimiento de 9% (427 mil 834 millones de pesos), después están los prestadores de servicios con 67 mil 924 millones de pesos (8%) y finalmente los fabricantes con 4%, lo que representa 220 mil 787 millones de pesos; dando un total de 864 mil 010 millones de pesos, lo que es igual a un crecimiento de 8%.



RICARDO ZERMEÑO

Canales de distribución

Los canales crecieron a lo largo del 2021, comenzando con un 4.6% en el primer trimestre, pasando a un 23.7% para el segundo trimestre y para el tercer trimestre alcanzó un crecimiento de 14.7%, lo cual da un estimado general de 13.6% durante los primeros nueve meses del año para todos los modelos de negocio.

“EL CRECIMIENTO FUE POSITIVO PARA TODOS; LOS MAYORISTAS DESTACARON CON UN CRECIMIENTO ACUMULADO DE 16%, DISTRIBUIDORES Y VARS DE 12.1%, DETALLISTAS 12.4%, CON UN TOTAL DE 13.6%”: FABIOLA CRUZ, CONSULTORA EN SELECT.

RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LOS CANALES:

Los canales enfrentaron: Retos de desabasto; Complejidad logística y Nuevos requerimientos de NOMS

Las oportunidades: Reactivación de proyectos públicos y privados y Demanda ligada a Home Office y actividades híbridas.

Respecto al desempeño de los mayoristas por categoría, en el apartado de valor (crecimiento general de 6%) se encuentran los servicios TIC en la nube con 45% de crecimiento o lo que es igual a 2 mil 061 millones de pesos, caso contrario el segmento de software decreció con -2% (6 mil 329 millones de pesos). En el caso de los segmentos de volumen (crecimiento general de 20.7%), el crecimiento estuvo del lado del cómputo personal (PCs) con un 22% o 14 mil 014 millones de pesos, por otra parte, periférico y consumibles tuvieron un crecimiento de 13% (7 mil 059 millones) y 14% (6 mil 970 millones) respectivamente y finalmente están otros dispositivos, donde se destacan consolas de videojuegos y que alcanzaron los 6 mil 199 millones de pesos (47%).

“LOS CANALES HAN TENIDO UNA FRANCA RECUPERACIÓN EN LOS PRIMEROS NUEVE MESES DEL AÑO; LOS RETOS DE ABASTO Y LOGÍSTICA IMPIDIERON QUE EL MERCADO CRECIERA DE FORMA ACELERADA Y PERMANECERÁN HASTA LA PRIMERA MITAD DEL 2022, AUNQUE PARA EL CIERRE DEL 2021 SE ESPERA UN BUEN DESEMPEÑO POR LA RECUPERACIÓN DE INVERSIONES EN EL SEGMENTO

EMPRESARIAL Y EN LICITACIONES, DE IGUAL FORMA, EL FORMATO HÍBRIDO INCENTIVARÁ LAS INVERSIONES EN SALAS DE VIDEOCONFERENCIA, SOLUCIONES EN LA NUBE, EQUIPAMIENTO PARA HOME OFFICE, DATA CENTERS Y SEGURIDAD”: CONCLUYÓ FABIOLA CRUZ.



FABIOLA CRUZ

Nube como pilar de operación tecnológica

La nube como eje central de las operaciones tecnológicas, principalmente a causa de la pandemia, puesto que, previo a 2019 la nube era utilizada en ambientes de prueba, desarrollos piloto o para lanzar servicios específicos y a partir de 2020 comenzó una etapa de aceleración precipitada, donde los usuarios comenzaron a migrar más cargas de trabajo a la nube, para 2022 y hacia delante la nube se consolidó y será el pilar de la operación tecnológica y de los negocios.

GASTO DE NUBE RESPECTO AL GASTO TOTAL DE TI (EXCLUYENDO CONECTIVIDAD):

2018: 4.1%
2019: 5.1%
2020: 7.2%
2021: 8.7%
2022: 10.7%
2023: 13.2%



ALEJANDRO VARGAS

“PARA 2022 ESTIMAMOS QUE EL MERCADO DE NUBE EN MÉXICO ALCANCE LA CIFRA DE 28 MIL 601 MILLONES PESOS, CON UN CRECIMIENTO DE 33%, RESPECTO AL GASTO DE 2021”. ALEJANDRO VARGAS, GERENTE EN SELECT.

Operadores de Telecom

Respecto a los operadores de telecomunicaciones, tuvieron un crecimiento acumulado del

9.5% al tercer trimestre del 2021 o lo que es igual a 427 mil 834 millones de pesos. “La participación por tipo de operador al 3T21, vemos una mezcla casi igual, con 53% para los operadores móviles y 47% para los operadores fijos”: Erick de la Cruz, Gerente en Select.

PARTICIPACIÓN DE LOS INGRESOS DE LOS OPERADORES FIJOS POR SEGMENTO COMERCIAL:

Residencial: 64%
Empresarial: 36%



ERICK DE LA CRUZ

“LOS HOGARES COMENZARON A PRIORIZAR LA BANDA ANCHA, DEBIDO AL CONFINAMIENTO POR LA PANDEMIA, PERO CON EL REGRESO A CLASES Y OFICINAS, ALGUNOS ESTÁN CANCELANDO LOS PAQUETES; TAMBIÉN SE ESTÁ VIENDO OTRA TENDENCIA QUE NO SE HABÍA VISTO EN LOS AÑOS PASADOS Y ES EL CRECIMIENTO DEL VIDEO-STREAMING, QUE LEGANA TERRENO A LA TV DE PAGA”: ERICK DE LA CRUZ.

Hacia 2022

En 2022, la Consultora prevé una desaceleración en la economía, alcanzando un crecimiento de 2.9%, lo que traerá consigo la creación de 1.6 millones de nuevos empleos, 180 mil de nuevas compañías. “La estimación del presupuesto TIC para 2022, con crecimiento de 5.5%, que son 475 mil 420 millones de pesos y se está englobando el gasto empresarial y el gasto de Gobierno Federal, Estatal y Municipal”: Arely Reyes, Analista en Select.



ARELY REYES

RETOS Y OPORTUNIDADES PARA ACCEDER AL PRESUPUESTO DE LOS CLIENTES:

Retos: Impacto de la ley de outsourcing; Déficit de talento; Nuevos espacios de trabajo; Desabasto de productos.

Oportunidades: Registrarse, ofrecer servicios administrados especializados y descansar en asociados; Destinar más recursos a desarrollo de talento interno y de asociados; Desarrollar nueva oferta de conectividad, dispositivos y plataformas; Aprovechar alianzas con mayoristas líderes.

MANTENTE INFORMADO EN NUESTRAS REDES SOCIALES



eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

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



www.esemanal.mx