6 de Diciembre 2021 · Año 30 | No. 1456

eSemanal

NOTICIAS D NAL

OLIVER MIRANDA

LIDERA LA NUEVA HISTORIA DE GRUPO CVA

SMART ENERGY DE TELEFÓNICA
Innovación y responsabilidad

CONTPAQI:
El futuro del canal de ventas también es digital

REPORTAJE
El Mapping abre paso al canal

GUÍA DE COMPRA
Auriculares y diademas

Windows 11

INTCOMEX

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

Windows 11 OEM ya está disponible para la venta

Haz que tus equipos ensamblandos 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

Una nueva era

Álvaro Barriga

La semana pasada tuve la oportunidad de entrevistar a Oliver Miranda, actual presidente del Consejo Consultivo de Grupo CVA y miembro de una de las dinastías más importantes en la industria de TIC en México, gracias a su padre, Fernando Miranda, quien junto con Adolfo Mexía, crearon una de las empresas más sólidas y representativas del mayoreo en nuestro país.

El directivo explicó que actualmente el grupo se encuentra en un proceso de gobierno corporativo, y una de las recomendaciones de mejores prácticas para lograrlo era que ni tanto Adolfo Mexía como él fueran los directores de la compañía.

Indicó que el grupo compró a Adolfo Mexía sus acciones de CVA, con lo que se dio por concluida su relación con la compañía que fundó en conjunto con su amigo.

Mencionó que este proceso de gobierno corporativo se inició desde mayo de 2021, fecha desde la que Oliver preside el consejo consultivo de Grupo CVA hasta que a finales o mediados del próximo año se convierta en Consejo de Administración.

En la portada de esta edición, Miranda agradece a sus socios fabricantes y canales de distribución la confianza que han depositado en la compañía y se comprometió en seguir trabajando en pro de la industria, de sus marcas y en el desarrollo de su canal.

El joven directivo busca hacer su propia historia y dijo sentirse seguro de que junto con su equipo de trabajo llevarán a Grupo CVA a un siguiente nivel, lo que será una nueva era para la empresa.

Expertos de las marcas: Barco, Epson y Sharp/NEC, conversaron sobre el negocio del mapping en el país y las oportunidades de negocio que representa para el canal de distribución, donde las experiencias inmersivas siguen en auge, así como los espectáculos, conciertos y diferentes shows. Cabe mencionar que aunque este mercado ha sido uno de los más afectados al tratarse de una solución enfocada a un sector principalmente masivo y presencial, en la actualidad el segmento se encuentra en periodo de reactivación a la par que se reanudan los espacios para eventos masivos o con alta afluencia de espectadores de manera segura. No obstante, habrá que estar al tanto de la variante Ómicron del virus SARS-CoV-2, ya que podría traer nuevas medidas de control sanitario, además de afectar el mercado, como ya lo está haciendo.

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

PORTADA

30 OLIVER MIRANDA lidera la nueva historia de GRUPO CVA

PUBLIRREPORTAJE

6 SMART ENERGY DE TELEFÓNICA, innovación y responsabilidad contra el cambio climático

TELEFÓNICA

9 EL FUTURO DEL CANAL DE VENTAS TAMBIÉN ES DIGITAL

Por: Lizbeth Ortega, Directora Comercial de **CONTPAQi®**

CONTPAQI

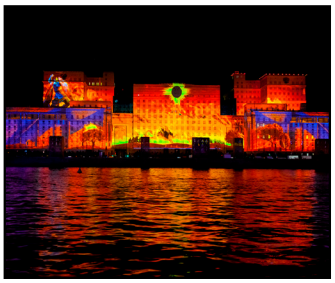
11 ESEMANAL FELICITA

GUÍA DE COMPRA

12 AURICULARES Y DIADEMAS

REPORTAJE

33 EL MAPPING invade todas las industrias y abre paso al canal



REPORTAJE

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

FABRICANTES

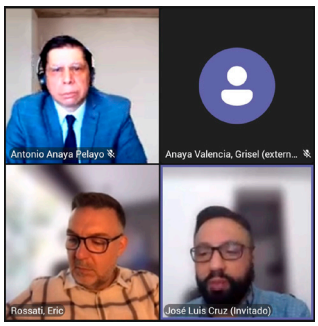
47 PARTNER SUMMIT DE AXIS: Soluciones y tendencias en ciberseguridad

AXIS

DESARROLLADORES

42 ARIBA NETWORK reporta crecimiento del 600% en México durante la pandemia

44 NETSOFT identifica gran potencial de negocio con aplicaciones basadas en la nube



ARIBA NETWORK

46 MICROSOFT CONNECT 2021 impulsa las ventas del canal

49 MANAGEENGINE busca expandir su ecosistema de partners en México

MANAGEENGINE

BÚSCANOS EN:

/NOTICIASDELCANAL

/NOTICIASDELCANAL

ESEMANAL

ESEMANAL

55 7360 5651

WWW.ESEMANAL.MX

DIRECTORIO

Editor Alvaro Barriga 55 5090-2044 alvaro.barriga@khe.mx Reporteros Anahí Nieto 55 5090-2046 anahi.nieto@esemanal.mx
Raúl Ortega 55 5090-2059 raul.ortega@esemanal.mx Redacción Web Claudia Alba 55 5090-2044 claudia.alba@khe.mx
Diseño Carmen Núñez 55 5090-2058 carmen.nunez@khe.mx Diego Hernández 55 5090-2061 diego.hernández@khe.mx
Director General Javier Rojas 55 5090-2050 javier.rojas@khe.mx Directora Administrativa Elvira Vera 55 5090-2050 elvira.vera@khe.mx
Facturación y cobranza Rebeca Puga 55 5090-2052 rebeca.puga@khe.mx Ventas de Publicidad Jennifer Flores 55 5090-2054 jennifer.flores@khe.mx
Gilberto Espino 55 5090-2055 gilberto.espino@khe.mx Suscripciones 55 5090-2049 suscripciones@khe.mx

Smart Energy de Telefónica

innovación y responsabilidad contra el cambio climático

- LA NUEVA SOLUCIÓN DE TELEFÓNICA PROMETE AHORROS SUSTANCIALES EN LAS FACTURAS DE ENERGÍA PARA LAS EMPRESAS DE HASTA 25%.
- SMART ENERGY FUNCIONA PARA CUALQUIER EMPRESA DE TODOS LOS SECTORES.

IP

En la actualidad, contar con soluciones que permitan tener una administración puntual del consumo de energía resulta ser muy importante para las empresas, comenzando por los ahorros que estos significan, pero más allá de eso, interpreta alinear a las organizaciones con las tendencias que estarán marcando los próximos años como son: Sustentabilidad, Responsabilidad Social y la Utilización de Energías Limpias, lo que genera un valor agregado para las compañías que se sumen a estas iniciativas, y donde el primer paso en esa dirección, está claramente dibujado por Smart Energy.

Innovación con conciencia

La solución Smart Energy arribó a México hace un par de meses y ya comienza a ganarse un lugar en el mercado nacional de la energía sustentable, ya que no sólo ayuda a las empresas con la administración, medición y control del gasto de energía, sino que aporta un valor altamente estimado en los tiempos actuales, y es la posibilidad de transformase en una compañía que se responsabiliza por el medio ambiente.

"Smart Energy es una iniciativa que parte de soluciones que se han comercializado a nivel región y a nivel global, en México le estamos dando un toque propio, regionalizándolo y lanzándolo como parte de nuestro portafolio de soluciones digitales, ya que es una solución diseñada para ayudar a las empresas, a través de la telemedición y del telecontrol, para hacer más eficiente su gasto energético y eventualmente convertirse en una empresa preocupada por el medio ambiente": Rodolfo López, Líder de Marketing de Servicios Digitales en Telefónica México.

RODOLFO **LÓPEZ**

"Tenemos varias soluciones basadas en sensores (Smart Energy), pero también otras dentro del IoT y Big Data, para proporcionar ciertas plataformas, soluciones y tecnologías a las empresas para que logren, no sólo eficiencia en gasto, sino generar un impacto que contribuya en minimizar las emisiones y el cambio climático en general", aseguró el Manager.

Telefónica no sólo ofrece soluciones para reducir las emisiones de carbono o gases, sino que la empresa pregona con el ejemplo, y es que cuenta con objetivos puntuales con los que busca convertirse en una compañía con cero emisiones netas y cero residuos; lo anterior no es una tarea fácil, pero gracias al despliegue de redes de última generación (consientes y responsables con el medio ambiente) y la utilización de energías renovables, pretende lograr su objetivo.

Una de las tendencias que más relevancia tendrá en los próximos años, serán todas aquellas tecnologías que desde su diseño implementen características en pro del medio ambiente y desde luego, las soluciones como Smart Energy serán la punta de lanza en los negocios del futuro, ello sin mencionar que, Smart Enegy podría suponer una reducción de gasto por energía de hasta 25%.

"Las empresas como Telefónica, estamos apostando en la toma de decisiones basada en datos, partiendo de la recolección que realizan los sensores (IoT), al procesarlos es posible utilizarlos de manera certera; en el caso de los temas climáticos, entre mejores decisiones se puedan tomar a nivel empresa, a nivel uso de recursos, a nivel de expansión, mejor utilización de los recursos y mayor eficiencia de los mismos", puntualizó el Líder de Marketing de Servicios Digitales en Telefónica México.

Estrategia comercial

Rodolfo López explicó que en la actualidad están buscando clientes en el mercado de las corporaciones, ya que son las principales entidades que tienen un mayor impacto energético, al tiempo que la reducción de costos en los mismos podría terminar por favorecerlos. "Va a ser a través de venta directa en un segmento empresarial y en un segmento de corporaciones, pero no descartamos que en un futuro podamos hacernos de partners y buscar otros canales de distribución y de venta, pero de momento estamos haciéndolo directamente con el segmento empresarial": enfatizó.

Las soluciones de eficiencia energética cruzan por todas las verticales de mercado, lo que le convierte en un segmento atractivo, ya que las oportunidades se encuentran en cualquier negocio que requiera energía (todos) y más que eso, cualquiera que precise minimizar sus costos en esta área.

"En el segmento retail hemos tenido alta demanda, pero también hemos implementado nuestra solución para la gestión de flotas vehiculares; por otro lado, las pruebas de concepto que hemos estado haciendo con clientes con los que ya tenemos relación en otras líneas de negocio, hemos alcanzado resultados entre el 15% y hasta el 25% de ahorro en el consumo energético para las empresas": Rodolfo López.

Grupo Tendam, es uno de los casos de éxito más representativos que Telefónica ha tenido con la implementación de la solución Smart Energy, ya que apoyándose desde la tecnología, ofrece a las empresas tomar acciones automáticas basadas en la medición del consumo energético para la reducción de costos, lo que es un paso que acerca a Telefónica y a las organizaciones que apuestan por estos desarrollos, hacia un horizonte que se colorea más verde y donde los pioneros tendrán privilegio de ganar.

Movistar Smart Energy

Movistar Empresas MX

@MovistarEmpMX

Movistar Empresas MX

Vive las mejores experiencias con CT

¡Vámonos al CES y a la NFL con CT!

Del 5 al 10 de enero de 2021

Recompensamos tu lealtad como socio de negocios de **CT Internacional** con un espectacular viaje a Las Vegas para asistir al **Consumer Electronics Show (CES)** y al juego de futbol américano entre los **Raiders y los Chargers en el increíble Allegiant Stadium.**

Compra productos de nuestras marcas patrocinadoras y participa en la dinámica.

www.ctonline.mx

Consulta la dinámica de cada una de nuestras marcas participantes

ACTECK ADATA AMD brother CDP CISCO DELL Technologies CyberPower eset EPSON Hisense

intel Kingston LG Lenovo logitech hp Microsoft tp-link SILIMEX xerox

El futuro del canal de ventas también es digital

CONTPAQ i®
Software empresarial fácil y completo

Por: **Lizbeth Ortega,** Directora Comercial de **CONTPAQi®** IP

Es curioso cómo la pandemia transformó la realidad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMEs) en el mundo. Porque, a pesar de las afectaciones directas, debido al cierre obligado que supuso la contingencia, gran parte de ellas sobrevivieron no sólo por su resiliencia, sino también, debido a su capacidad de adoptar a la digitalización como un elemento clave para su operación.

México es un gran ejemplo del espíritu emprendedor que hoy persiste. Antes de la crisis sanitaria, las MiPyMEs aportaban el 52% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, además de que generaban 72% de las fuentes de empleo; casi dos años después de que llegara el Covid al país, han logrado mantener su papel como las principales unidades económicas. **Y en todo este panorama, el canal de ventas, especializado en tecnología, ha jugado un papel fundamental.**

Esta afirmación es el resultado de cómo se ha transformado el mercado en los últimos meses. Y es que, con la aceleración de la digitalización, se han dado cambios enormes en cómo las empresas y los negocios operan, se anuncian, venden, cobran, facturan y hasta cumplen con sus obligaciones fiscales. Por ello, se registra un aumento natural en la demanda de herramientas y recursos que les permitan mantener su competitividad.

Digitalización de las PyMEs

Al respecto, nuestro reciente estudio "Digitalización de las PyMEs y el emprendimiento en México: hallazgos, retos y alcances en 2021", en el que participaron 400 negocios a nivel nacional, revela que **64% de éstos implementó un plan especial para hacer frente a la pandemia,** con acciones como: videoconferencias, webinars o home office; además, la misma encuesta señala que **tres de cada 10, después de la pandemia, incrementará su inversión en tecnología** para mejorar la capacidad para su operación.

Estos datos confirman la tendencia de que, en los próximos meses, cada vez más empresas requerirán de más y mejores recursos para su operación. Entonces, **¿están preparados los canales de ventas para esta transformación?**

Cambios a la vista

Sin duda, **la forma de comercializar la tecnología para las empresas -sin importar su tamaño o giro- también ha evolucionado.** Antes de la pandemia, por ejemplo, el modelo que usábamos muchas compañías especializadas en las MiPyMEs exigía que un agente o distribuidor se pusiera en contacto con el dueño o gerente del negocio para promover una solución que, luego de venderse, se programaba su instalación y posteriores actualizaciones. Ahora es distinto.

Y es que **con el progresivo aumento de la oferta tecnológica para este tipo de empresas** -en su mayoría funcionando desde la Nube- su promoción ha cambiado para ya no requerir personal de ventas, sino de **consultores de negocio** que sirvan para perfilar cuál es la opción más adecuada para la MiPyME y las ventajas de su implementación. Esa es la **transformación que hoy se vive en este canal de ventas,** lo que lleva a tomar en cuenta otras consideraciones.

La importancia de adaptarse

¿Cómo vender algo que no existe (al menos de forma material)? Ese es uno de los varios dilemas que, comúnmente, se plantean los especialistas en comercialización de software. Además, luego de la 'Nueva Normalidad', también se preguntan, ¿cómo promover mi software si no puedo salir?, si no agendo instalaciones, ¿cómo será rentable mi negocio?, ¿está en riesgo mi trabajo?

Todas son dudas obvias que nacen del desconocimiento de lo que ocurre en el mercado. Como ya lo hemos hablado, l**as MiPyMEs tienen cada vez más acceso a soluciones y tecnología hechas para que, a través del almacenamiento virtual, operen sin contratiempos** de forma segura y confiable; todo sin la necesidad de procesos técnicos lentos o implementaciones complicadas que encarezcan su presupuesto.

Por ello, las empresas tecnológicas hemos entendido que **no sólo se trata de modificar y adaptar las soluciones digitales a las necesidades del mercado,** sino también, es necesario cambiar la forma en cómo las promovemos y comercializamos. De ahí que cobre relevancia **perfilar la conformación de consultores** (como el siguiente paso evolutivo de los distribuidores) capaces de brindar su conocimiento y atención a los negocios que están aprendiendo a sortear y adaptarse al proceso de reactivación.

LIZBETH ORTEGA

Para las compañías que nos especializamos en esta oferta, transformar a todos los asesores de nuestro canal de ventas no ha sido un proceso que se haya tomado a la ligera. De hecho, en CONTPAQi®, nuestro compromiso está enfocado en dos puntos: brindarles capacitación y demostrarles las ventajas de transformarse en consultores y expertos tecnológicos capaces de entender y atender lo que sus clientes requieren.

Por todas estas razones, estoy convencida que ***el futuro del canal de ventas es digital.*** Porque, conforme más MiPyMEs entiendan y adapten la digitalización a sus procesos, serán necesarios más expertos que puedan acercarlas a las soluciones que se adaptan -exactamente- a lo que necesitan de acuerdo a sus posibilidades.

Estoy segura de que, si las compañías especializadas optamos por este camino, en muy poco tiempo veremos los resultados de esta transformación; un cambio benéfico no sólo para nuestro negocio, sino también, para el resto de la actividad económica del país.

lizbeth.ortega@contpaqi.com

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

FELICITA

Lunes 6

CHARITY GABRIELA IBARRA VELÁZQUEZ, GERENTE DE MERCADOTECNIA EN *CT INTERNACIONAL*

MANUEL GUERRA, DIRECTOR COMERCIAL EN *LUGUER*

NATIONAL SOFT POR SU *20 ANIVERSARIO*

ON THE MINUTE POR SU *20 ANIVERSARIO*

PROLYT - POWER EXPERTISE POR SU *30 ANIVERSARIO*

Martes 7

DÍA DEL *DISTRIBUIDOR MAYORISTA*

ARIEL GESTO, FOUNDER DE *INVGATE*

MAURICIO BURGOS, DIRECTOR EN *VÉRTICE STUDIO*

Miércoles 8

DÍA DEL *ADMINISTRADOR*

FRANCISCA SÁNCHEZ, MARCOM MANAGER EN *HIKVISION LATAM & MÉXICO*

MIGUEL GERBEROFF, DIRECTOR GENERAL MÉXICO, CENTRO AMÉRICA Y EL CARIBE EN *NEWLAND*

Jueves 9

ISSABEL POR SU *5° ANIVERSARIO*

Viernes 10

ROGELIO MARTÍNEZ HERNÁNDEZ, DESIGN MANAGER EN *CDP*

CISCO SYSTEMS POR SU *37 ANIVERSARIO*

INTCOMEX POR SU *32 ANIVERSARIO*

Sábado 11

BERNARDO JASSO AGUILAR, GERENTE DE MARCA CYBERPOWER EN *CVA*

GABRIELA MEJÍA, MERCADOTECNIA EN *TOTAL GROUND*

MARCO FERNANDO DÁVILA FERNÁNDEZ, GERENTE COMERCIAL EN *ENERGÍAS ECOLÓGICAS Y CIBERNÉTICA*

Domingo 12

CARLOS GUADALUPE RODRÍGUEZ MARCIAL, CEO DE *DANSOFT TI SERVICES & INFRAESTRUCTURE*

GABRIEL PÉREZ MATAMOROS, GERENTE DE *KAPITAL*

GUADALUPE MARTÍNEZ HERNÁNDEZ, DIRECTOR GENERAL DE *BH TECHNOLOGY*

ROCÍO HERNÁNDEZ, CHANNEL MANAGER LATAM EN *IMPERVA*

VÍCTOR MORENO, CO-FOUNDER & CEO DE *VECTORPRO*

F-SECURE POR SU *10 ANIVERSARIO*

IMPERVA POR SU *46 ANIVERSARIO*

TVCENLÍNEA.COM POR SU *21 ANIVERSARIO*

DICIEMBRE 2021

AURICULARES Y DIADEMAS

Los periféricos o accesorios como auriculares y diademas son herramientas que si bien, anteriormente existía mayor demanda de parte de segmentos muy específicos como el gaming, en la actualidad y producto de la pandemia, todas las personas buscan tener mejores experiencias auditivas al tomar clases escolares en línea, trabajar desde casa y desde luego, maximizar la inmersión en videojuegos, por lo que **eSemanal** presenta algunas de las diademas y auriculares más destacados del mercado mexicano.

Texto: **Raúl Ortega**

Acteck
Headset A10

Características: Color negro, frecuencia de respuesta 20Hz – 20KHz, señal ruido 70dBA, impedancia 32o +/– 15%, interfaz 3.5 mm, micrófono, cable de 1.5 m, consumo de energía de 4.5 Vcc 100 mAh.

Garantía: Un año.

Acteck
Headset A30

Características: Color negro, frecuencia de respuesta 20Hz – 20KHz, señal de ruido 70dBA, impedancia 32o +/– 15%, interfaz 3.5 mm, micrófono, cable de1.8 m, consumo de energía 4.5 Vcc 100 mAh.

Garantía: Un año.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

Avaya
Auriculares L129

Características: Un auricular monoaural para Centros de Contacto y Comunicaciones Unificadas, cuenta con conector magnético que permite a los usuarios desconectarse y conectarse rápidamente y moverse sin problemas desde el teléfono de escritorio a la laptop y al celular. Presenta la tecnología AcousticEdge de Avaya para proteger la audición del usuario. Cuentan con cancelación de ruido activa, los mejores micrófonos en su clase eliminan el ruido de fondo, de manera que parezca refinado y profesional en esa reunión o llamada importante.

Garantía: No precisado.

Avaya
Auriculares L139

Características: Diadema de aluminio satinado y un micrófono de brazo de 360 grados. Cuentan con cancelación de ruido activa, los mejores micrófonos en su clase eliminan el ruido de fondo, de manera que parezca refinado y profesional en esa reunión o llamada importante.

Garantía: No precisado.

Verbatim™

Verbatim Latino

Verbatim México

AURICULARES Y AUDÍFONOS PARA TODA OCASIÓN

CON VERBATIM Y MAD CATZ TU VIDA ES MEJOR

FIDELIDAD, COMODIDAD Y FÁCIL USO AL MEJOR PRECIO
PARA OFICINA, HOGAR Y VIDEO JUEGOS

Verbatim™

Mod. 70721

Mod. 70722

Mod. 70723

Mod. 99726

MAD CATZ

Mod. FREQ4

Mod. ES_PRO

Mod. FREQ2

PREGUNTA POR LAS PROMOCIONES ESPECIALES: CARLOS-VALDEZ@VERBATIM.COM.MX
JAVIER.LUGO@VERBATIM.COM.MX; NESTOR-AYON@VERBATIM.COM.MX

www.verbatim-latinoamerica.com

Ghia
GAC-182B

Características: Ofrece sonido estéreo HI-FI, con su Bluetooth 4.2, con micrófono integrado permite contestar llamadas y videollamadas. Casi 8 horas de batería.

Garantía: Un año en cualquiera de los 31 centros de servicio propios a nivel nacional.

pedroc@ghia.com.mx

Ghia
TWS-1

Características: Los audífonos brindan calidad de sonido y potencia, Bluetooth 5.0, micrófono integrado, la batería ofrece una duración excepcional de hasta 3 horas por carga (audífonos) y su estuche ofrece hasta 3 cargas más para reproducción de música y estar comunicado todo el día, además integra control multimedia y acceso directo al asistente de voz.

Garantía: Un año en cualquier de los 31 centros de servicio propios a nivel nacional.

pedroc@ghia.com.mx

Ginga
TZ15PCAUD

Características: Diadema de altura ajustable, con amplios y acolchonados auriculares; además de un micrófono flexible y giratorio. Entrada de 3.5 mm permite conectarse de manera alámbrica (con una longitud de 1.8 metros) con PC, laptop o consolas. Es compatible con sistemas operativos Windows XP, Vista, 7, Mac OS X 10.4.8, Linux; y apps de videoconferencia.

Garantía: Un año.

Ginga
TZDIBT02

Características: Diadema Bluetooth inalámbrica para el Home School y Home Office. Cuenta con doble auricular recubierto para una mayor comodidad de uso y sonido estéreo de alta Cuenta con un controlador de audio para subir o bajar el volumen de las conversaciones. La diadema es compatible con sistemas operativos Windows, MacOS, Chrome OS, Android y iOS. Funciona a la perfección con apps de videoconferencia como: Zoom, Skype, Google Meet, Microsoft Teams, Cisco Webex, Reading Assistant.

Garantía: Un año.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

EVOLVE2 75

El nuevo estándar
para el trabajo híbrido

Jabra GN

Ingeniería de audio de la máxima categoría para una calidad de llamadas líder en su segmento.

- Cancelación de ruido superior con **ANC Ajustable** y nueva tecnología **Doble Foam**.
- Música fuerte y clara con **altavoces personalizables de 40 mm**.
- Luz de ocupado visible desde **360°**.
- **Batería de larga duración** con 36 horas de música y 24 horas de conversación.
- Micrófono premium **Certificado para Oficinas Abiertas.**
- **Brazo de micrófono inteligente** para contestar o silenciar las llamadas.

GN Making Life Sound Better

Más información:
ventas.mexico@jabra.com | +52 (56) 1171 7259

Harman Kardon
FLY BT

Características: Son resistentes al sudor y al agua con calificación IPX5. Se cargan rápidamente y aportan hasta 8 horas de reproducción, se emparejan fácilmente con un smartphone para disponer de llamadas con manos libres.

Garantía: Un año de garantía a partir de la compra.

Harman Kardon
Fly TWS

Características: Para entusiastas de la música con un estilo de vida activo, ya que son resistentes al agua, se cargan rápidamente y ofrecen 20 horas de reproducción.

Garantía: Un año de garantía a partir de la compra.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

Jabra
Engage 50

Características: Es el auricular digital perfecto para mejorar la satisfacción de los clientes. Jabra Engage 50 cuenta con un potente chip de procesamiento en la copa que ofrece una funcionalidad avanzada, incluyendo datos de análisis de llamadas.

Garantía: Tres años.

extdahernandez@jabra.com

Jabra
Evolve2 75

Características: Desde la primera llamada del día hasta el trayecto de vuelta a casa, estos auriculares inteligentes se han diseñado específicamente para mantenerse conectados y productivos. Tanto si llaman desde una casa ruidosa o desde un escritorio en un espacio de trabajo compartido, como si se intenta concentrar en una oficina abierta y llena de gente, los Evolve2 75 están perfectamente diseñados para lo que se necesite.

Garantía: Dos años.

extdahernandez@jabra.com

MARKETING DE CANAL TIC

eSemanal

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL

PARA EL CANAL TIC

Anúnciate y conoce los servicios de eSemanal

ventas@esemanal.mx

55 5090 2055 55 7360 5651

JBL
Live 500BT

Características: Equipados con amplificadores de 50mm para un sonido inconfundible con bajos mejorados, están integrados con el asistente de Google y Alexa de Amazon. También cuentan tecnología Ambientware y TalkThru. Son ligeros, cómodos y brindan hasta 30 horas de música con dos horas de carga.

Garantía: Un año.

JBL
Quantum One

Características: Auriculares integrales y profesionales de gaming en PC, con cable USB y sistema de seguimiento de cabeza QuantumSPHERE 360 que ofrece posicionamiento de audio 3D profesional en la PC. Micrófono vocal desmontable, supresión del ruido, funciones de silencio con certificación DISCORD.

Garantía: No precisado.

Logitech
H390

Características: Mejoran la calidad del audio con un micrófono bidireccional con supresión de ruido y prácticos controles integrados en el cable de 233 cm que permiten ajustar el volumen o silenciar las llamadas sin interrumpir el uso. Perfectos para videollamadas, conferencias y más. La conexión USB-A permite el uso plug and play, sin necesidad de instalar software. Compatible con cualquier PC o Mac.

Garantía: Dos años de garantía de hardware limitada.

Logitech
H600 Wireless

Características: Audífonos inalámbricos con diseño confortable y ligero para largas sesiones de uso, micrófono con supresión de ruido y controles integrados. Movimiento libre a una distancia de hasta 10 metros de la computadora. Hasta seis horas de audio con la batería recargable. Compatibles con Windows, MacOS, Chrome OS y plataformas de llamada populares.

Garantía: Dos años de garantía de hardware limitada.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

Perfect Choice
PC-110323

Características: Audífono cómodo para video, conferencias y uso multimedia, con calidad de sonido estéreo, micrófono y control de volumen integrado.

Garantía: Un año en todas sus partes y mano de obra contra cualquier defecto de fabricación y funcionamiento.

Perfect Choice
PC-111009

Características: Audífonos con altura ajustable y orejeras acolchadas, brindan gran comodidad para usarlos por largos períodos de tiempo. Cuentan con micrófono flexible, para realizar llamadas o hacer streaming. Su sonido estéreo y conexión USB brindan calidad de audio.

Garantía: Un año de en todas sus partes y mano de obra contra cualquier defecto de fabricación y funcionamiento.

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

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

www.esemanal.mx

Poly
ENCOREPRO HW510

Características: Se conecta a PC o teléfono de escritorio por Quick Disconnect /USB. Ideal para usuarios de teléfono intensivo, como centros de atención al cliente o servicio al cliente. Audio de gran rendimiento de banda ancha (hasta 6.800 Hz), micrófono con cancelación de ruido y protección auditiva con tecnología SoundGuard, limitante acústico para protección contra sonidos superiores a 118 dBA.

Garantía: Dos años.

Poly
Auricular Voyager 5200

Características: Controla las llamadas sin tener que tomar el teléfono. Se puede llevar cómodamente todo el día, no solo en horario de oficina. La configuración se ajusta desde el teléfono o equipo de escritorio, 6 capas de tecnología WindSmart detectan la dirección del viento más los 4 micrófonos con cancelación de ruido, las llamadas serán claras y nítidas incluso en el exterior. Compatibles con las plataformas de voz más populares y con la calidad de audio Poly. Estabilidad y comodidad durante toda la jornada.

Garantía: Dos años.

Sennheiser
MOMENTUM 3 Wireless

Características: Ofrecen sonido superior, tecnología de punta y un diseño estético para cada momento. Calidad de estudio.

Garantía: Dos años, conoce los términos y condiciones.

Sennheiser
MOMENTUM True Wireless 2

Características: Brindan la mejor experiencia auditiva en cualquier momento y lugar. Con controles táctiles refinados para una experiencia más personalizada. Batería de 7 horas de duración.

Garantía: Dos años, conoce los términos y condiciones.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

Verbatim
70721

Características: Auriculares estéreo con micrófono. Combinan una calidad de sonido superior, confort duradero y versatilidad en sus funciones que los hacen perfectos para usar en diversas aplicaciones, simplemente conectándolos. Su diseño ergonómico incluye una banda ajustable para la cabeza y almohadillas de espuma suave, lo cual otorga comodidad por largo tiempo. El micrófono giratorio es fácil de posicionar para optimizar la calidad al hablar y luego, se gira y se sube cuando no se utiliza. Calidad de sonido superior, banda ajustable para la cabeza y almohadillas de espuma suave para un confort duradero. El micrófono giratorio se sube cuando no está en uso. Compatibilidad universal gracias al conector de audio de 3.5 mm.

Garantía: Un año.

carlos-valdez@verbatim.com.mx

Verbatim
70723

Características: Los auriculares estéreo ofrecen una calidad de sonido superior, el control remoto en línea te permite ajustar el volumen y activar o desactivar el sonido del micrófono, el indicador LED se enciende cuando el micrófono está desactivado, la banda ajustable para la cabeza asegura un agarre cómodo para cualquier tamaño de cabeza y las almohadillas de espuma suave ofrecen un confort duradero. Micrófono giratorio flexible que se gira y se sube cuando no se utiliza y se puede usar del lado derecho o izquierdo. Compatible con todos los puertos USB-A.

Garantía: Un año.

carlos-valdez@verbatim.com.mx

Vorago
ESB-600 PLUS

Características: Su chip Bluetooth 5.0 Qualcomm con tecnología APTX brindan calidad de audio. Solo para teléfonos compatibles con tecnología APTX. Especificaciones: True Wireless Stereo, touch, aislador de ruido, ligeros, Super Bass, resistente al sudor, batería de larga duración, manos libres, estuche con batería recargable.

Garantía: Un año.

Vorago
HPB-401

Características: Hasta 9 horas de música. Las diademas Bluetooth 5.0 lo tienen todo, una gran batería de larga duración, super bass, plegables, manos libres y son cómodas.

Garantía: Un año.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

MANTENTE INFORMADO EN NUESTRAS REDES SOCIALES

OLIVER MIRANDA LIDERA LA NUEVA HISTORIA DE GRUPO CVA

Texto: Álvaro Barriga

- AGRADECE LA CONFIANZA DE SUS SOCIOS FABRICANTES Y ASEGURA QUE CONTINUARÁN TRABAJANDO EN EL DESARROLLO DEL CANAL
- LA COMPAÑÍA ESTÁ EN PROCESO DE GOBIERNO CORPORATIVO Y EXPLICA POR QUÉ ADOLFO MEXÍA NO PODÍA DIRIGIR LA EMPRESA

En entrevista para **eSemanal**, Oliver Fernando Miranda, Presidente del Consejo de Consultivo de Grupo CVA, reconoció el trabajo que Adolfo Mexía, Socio Fundador de la compañía, desempeñó durante 22 años en Grupo CVA, "Para mí es un líder de la industria de tecnología en México, quien junto con mi padre, logró consolidar un equipo de trabajo y una empresa próspera. Sabemos que tiene proyectos personales y le deseo el mejor de los éxitos", afirmó.

Mencionó que la compañía se encuentra en un proceso de gobierno corporativo, "y dentro de las mejores prácticas, estaba el que ninguno de los dos socios operáramos dentro de la compañía si queríamos tener un puesto en el consejo". Aseguró que con la compra de las acciones a Adolfo Mexía por parte de Grupo CVA, se concluyó su participación en la historia de la empresa.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

¿Quién es Oliver Miranda?

- Con 29 años, inició a trabajar en la compañía en 2014 como comprador de marcas internacional, debido a su alto nivel de inglés.
- Dentro del equipo de Armando Gallo, Director de Marcas Propias en CVA, fue creciendo, como desarrollador de productos. Estuvo al frente del proyecto de comercializar celulares a través de las tiendas Oxxo.
- Fue el encargado de implementar la planta de electrónica de consumo de Grupo CVA.
- Los últimos tres años se ha desempeñado como Director de Desarrollo, dirigiendo las unidades de tabletas, celulares, televisiones, video, que prácticamente es el 80-20 de lo que comercializan en el área de Marcas Propias.
- Ocelot (Marca de productos especializados para gaming) es un proyecto de Oliver Miranda que lanzó en 2019 y hoy en día, deja de operar en Grupo CVA, pero se queda a cargo de la Presidencia del Consejo de Consultivo, que es más estratégico; sin embargo, sigue siendo Director General de Ocelot.

Dentro del proceso de gobierno corporativo de Grupo CVA, por el momento sigue habiendo un consejo consultivo, hasta que se convierta en Consejo de Administración. Actualmente tienen un consejo, pero no va a ser el que va a tomar las decisiones, por el momento son consejeros externos, y esperan que a mediados o finales del próximo año estarán consolidando el consejo de administración final, por lo pronto, siguen en la planificación con asesores externos.

Cabe mencionar que Oliver Miranda preside el consejo desde mayo de 2021 y todos los directores le reportan al consejo, desde mayo comenzaron con el proceso de gobierno corporativo y así han estado operando hasta el día de hoy.

Hacia dónde va Grupo CVA

Sobre cómo le gustaría ver a Grupo CVA en el mediano plazo, el directivo dijo ser fiel a la idea de separar las unidades de negocio, dándole un foco específico tanto a logístico como a administrativo, y separando esa palanca financiera que a veces tiene una sobre la otra van a ser más asertivos y tener una mejor salud financiera de la que ya tienen actualmente, "vamos a ser más especializados en cada una de las áreas. Yo le tengo mucha fe al área de logística, sé que a mi papá le apasionaba mucho toda la operación y logística y comparto con él esa pasión. También me gustan mucho las marcas propias y estoy seguro que lo hecho hasta hoy es solo el pico del iceberg y nos falta mucho por hacer. Me gustaría ver a GHIA en Latinoamérica, así como a Mirati Home, Quaroni y Ocelot, por lo que vamos a trabajar arduamente", indicó.

Añadió que en el área de mayoreo, le están poniendo una estrategia comercial adecuada, liderada por Eduardo Coronado, buscando nuevas marcas y creciendo las que ya tienen. "Estoy muy emocionado con los cuatro proyectos y vamos a buscar que cada una estén de manera independiente, esa es la meta a mediano plazo".

"Seguimos trabajando para desarrollar al canal, agradezco su confianza y preferencia, estoy convencido en la capacidad del canal de distribución. Vienen nuevas tecnologías que debemos estar al pendiente de ellas para implementarlas en nuestros negocios; la industria sigue evolucionando y tenemos que evolucionar con ella, seguimos siendo la misma gente que ha estado en CVA y pueden confiar en nosotros. A pesar de que perdimos a nuestro líder, seguimos trabajando, enfocándonos en desarrollar más a esta gran empresa": Oliver Miranda.

Para el directivo, en 2022 se van a seguir repitiendo las oportunidades de negocio que son: cómputo, impresión, redes, energía, gaming, entre otros, y a pesar de la escasez de productos, considera que va a ser un buen año para la industria.

A los fabricantes que trabajan con Grupo CVA, les agradeció la confianza: "Sé que ha sido un proceso complejo desde la partida de mi padre, pero les puedo asegurar que estamos trabajando al doble en esfuerzo y dedicación. Algo que platico con amigos de mi padre miembros de la industria es que su partida unificó, hizo que las personas que trabajan con nosotros y ya tenían la camiseta puesta, se la pusieran el doble, hay mucha gente que son pilares y aunque no son directores, tienen varios años aquí trabajando.

"Nos vamos a dedicar a seguir siendo su mayorista de confianza para poder continuar creciendo en esta industria, creo que somos muy importantes las nuevas generaciones que venimos a sumar, creo en los medios digitales y las nuevas tecnologías que tenemos a nuestro alcance y estoy seguro que tengo mucho que aportar a la industria": Oliver Miranda.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

EL MAPPING invade todas las industrias y abre paso al canal

Autor:**Anahi Nieto**

- PRONOSTICAN MÁS APLICACIONES Y NEGOCIOS ESTABLES.
- BUSCAN CAUTIVAR A LAS AUDIENCIAS PARA QUE REGRESEN A LOS EVENTOS PRESENCIALES.

Las experiencias inmersivas por medio del mapping son una tendencia que cada vez crece más y trasciende en las diferentes industrias, es frecuente encontrarlas en eventos masivos de entretenimiento, como los deportivos, gamers, shows, festivales, ferias, conciertos, museos, publicidad, monumentos históricos, e incluso, proyectos gubernamentales.

Durante los últimos meses, la pandemia ha dado una tregua en México y la región para poder realizar actividades con mayor concurrencia, las personas han demostrado su deseo de retomar dichos eventos y así lo demuestra la derrama económica que estos han dejado.

Aunque se creía que la tregua continuaría, con la llegada de la nueva variante de Coronavirus, Ómicron, y bajo reserva de contar con mayor información sobre ésta, el futuro se encuentra lleno de incertidumbre sobre nuestra salud y las medidas sanitarias que se podrían tomar, como el confinamiento, por ejemplo.

No obstante, especialistas consultados por **eSemanal** coinciden en que el crecimiento en el mercado de mapping no se detendrá, y seguirá generando oportunidades interesantes para la cadena de valor y el canal de distribución e integradores.

El término "mapping" hace referencia a uno o más proyectores que despliegan una imagen, ya sea fija o animada, en una superficie distinta a la que se consideraría una pantalla estándar, ya sea plana o volumétrica, como puede ser un objeto cilíndrico, una pared exterior o interior, un vehículo, una montaña, entre otros (las posibilidades son versátiles) con el fin de crear un ilusión óptica tridimensional.

Los componentes básicos para este tipo de proyectos son proyectores de alto brillo con lentes especiales acorde al contenido y distancia de proyección (cuya cantidad depende de las necesidades del proyecto y qué tan vistoso se desea, puede ir desde un par de equipos hasta

cientos), cámaras, computadoras, servidores, redes, cables, software profesional de corrección geométrica y mapeo 3D, y software para creación de contenido y efectos.

El proceso para conseguir una correcta ejecución de este tipo de proyectos, los cuales tienen la característica de ser complejos, comienza con una idea creativa, concepto o bosquejo, que posteriormente se produce en una computadora con software de mapeo, el contenido de mapeo es diseñado por un equipo de gráficos según el requisito del cliente para adaptarse al objeto o superficie respectiva.

Posteriormente, el procesador externo o la PC manipula digitalmente la imagen para que se ajuste correctamente de modo que no se derrame ninguna imagen hacia el exterior. Para ejecutar el mapeo, el usuario necesita un proyector, hardware y cables de montaje, un procesador de imágenes o PC con software de mapeo y contenido para proyectar.

Uno de los principales retos al momento de la ejecución de las aplicaciones en exteriores es el sol, ya que casi siempre borra la imagen, y por ello, las desafiantes proyecciones externas se realizan entre el anochecer y el amanecer para mostrar una imagen dinámica y colorida.

Panorama de negocio

Leopoldo Parra, Gerente de Ventas y Mercadotecnia para Productos de Negocios en Epson México, explicó que este mercado ha sido uno de los más afectados al tratarse de una solución enfocada a un sector principalmente masivo y presencial; sin embargo, en la actualidad el segmento se encuentra en periodo de reactivación a la par que se reanudan los espacios para eventos masivos o con alta afluencia de espectadores de manera segura.

LEOPOLDO **PARRA**

"Existe una tendencia al alza, debido principalmente a que este tipo de soluciones cada vez tienen mayor aceptación y penetración en segmentos nuevos. Así como también por el continuo desarrollo tecnológico de los equipos de proyección que se desenvuelven en estos espacios.

"Las expectativas para este negocio son muy prometedoras, ya que, debido a la reactivación de la economía, hay espacios importantes que requieren de estas soluciones para lograr mayor impacto en audiencias en diferentes mercados", enfatizó el directivo.

En cuanto a las expectativas, el Sr. Product Manager Projectors en Sharp/NEC, Richard W. McPherson, coincide: "se espera que el mercado de mapping crezca exponencialmente en los próximos años a medida que la tecnología y el software de los proyectores continúen avanzando, y salgan a la luz más ideas sobre cómo se puede incorporar en la narración de historias, la marca y el marketing. El mapeo de proyección es cada vez más visible para los clientes que buscan formas alternativas de contar su historia.

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

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

"Durante la pandemia de COVID-19, comenzamos a ver más mapas empleados en el exterior de los edificios, esto permitió que la narración continuara teniendo lugar mientras la audiencia podía permanecer socialmente distanciada y segura".

"Como todos los productos que tienen que ver con tecnologías-audiencias masivas, el mapping tuvo una desaceleración relevante, pero también la pandemia ayudó a romper paradigmas y encontrar nuevos nichos de negocio: por ejemplo el cine, que es tradicionalmente el nicho más fuerte en proyección, quedó desplazado por la publicidad luego de más de12 meses de confinamiento", dijo Rodrigo Cornejo, Director de Canales para Latinoamérica en Barco.

"Ahora, a través de estas soluciones se busca cautivar a las audiencias y hacer que éstas regresen a la calle y los eventos con medidas sanitarias. La pandemia ayudó a hacer tangibles las ideas que no estaban maduras para ser lanzadas, y por ello veremos más negocios y mayor estabilidad en ellos".

RODRIGO **CORNEJO**

El valor del mercado es difícil de calcular, ya que crece claramente y diversos clientes lo requieren; la publicidad en México ronda los 4 mil millones de dólares, y este tipo de proyectos para exteriores abarca alrededor del 5-6%.

Oportunidad para incursionar

Los canales de distribución e integradores pueden aprovechar la tendencia que representa el mapping para eventos de diferentes industrias, y tomar ventaja de la oferta tecnológica que existe a su disposición, así como el esquema comercial de fabricantes que los involucra y acerca a ellos diferentes beneficios, como soporte y financiamiento.

La recomendación de los expertos para lograr tener éxito en estos proyectos implica especializarse, tener conocimientos en hardware y software, redes y servidores, audio y video profesional, conocer los tipos de lentes, el escalamiento de los proyectores, entender cómo funcionan sus capacidades, y el desarrollo de contenidos e instalación para ofrecer un producto integral a los clientes.

Hay una gran necesidad de consultoría por parte de los clientes sobre qué equipos les sirven mejor para ejecutar sus ideas y cómo pueden conjugarlas a través de la tecnología; para que el canal pueda lograr el objetivo es preciso que establezca comunicación entre el creativo y las capacidades de los equipos a nivel tecnológico, así surgen los casos de éxito y las oportunidades.

Además, Cornejo advirtió sobre la importancia de contemplar y adoptar un esquema de financiamiento o arrendamiento para los proyectos de Mapping, ya que las productoras generalmente no se encuentran interesadas en adquirir los activos, sino en acceder a los elementos tecnológicos como servicio, modelo que puede ser muy rentable, pero representa retos interesantes.

SONICWALL PROMETE UN RESPALDO COMPLETO A TRAVÉS DE SUS PROGRAMAS DE CANAL

• SECUREFIRST, NFR PROGRAM Y SECUREFIRST MANAGED SECURITY SERVICES PARTNER A DISPOSICIÓN DEL CANAL.

Texto: Anahi Nieto

En el marco de su 30 aniversario, SonicWall, en conjunto con Dominion, presentó sus diferentes programas de canales, los cuales calificó como los más rentables en México en el ámbito de la ciberseguridad.

El desarrollador celebró su aniversario junto a un portafolio robusto que promete cubrir todo el espectro de posibles ataques, con soluciones que protegen desde email, Mobile Remote, Clous/SaaS, Network Security Appliances, Endpoints, IoT, Wi-Fi, asegurando a los usuarios de variantes nunca antes vistas, códigos maliciosos, phishing, Ransomware, ataques de IoT, malware, cryptojacking, entre otros.

José Atencio, LATAM Senior Inside Channel Account Manager en SonicWall, presentó al ecosistema de canales del mayorista los diferentes programas de canales con los que cuentan, sus características y diferentes apoyos que ponen a disposición de los partners.

En primera instancia, se presentó el programa SecureFirst, el cual reconoce y recompensa a los socios de valor que aportan en ventas y apoyan al cliente con las soluciones del desarrollador en todo el ciclo de vida del cliente. Éste se divide en tres niveles, Registrado, Silver y Gold, cada uno representa una serie de beneficios que aumentan a medida que se avanza en cada tier.

El nivel Registrado es el inicial para los socios nuevos que se unen a SecureFirst, mientras que para alcanzar el nivel Silver, es preciso que el canal cuente con personal de experiencia en el campo de seguridad, que esté certificado por la marca y tenga la capacidad de generar negocios en volumen, además de alcanzar una cuota anual de ventas en MSRP de $50,000, y contar con un plan de negocio anual.

En tanto, para alcanzar un nivel Gold, los canales deben contar con las certificaciones de más altos niveles de la marca, y deben ser capaces de ofrecer el portafolio completo de SonicWall, así como alcanzar una cuota anual de ventas en MSRP de $200,000, y presentar un plan de negocio semestral.

Algunas de las recompensas iniciales son el registro de oportunidades por parte de los partners, un descuento básico del programa, el cual es diferenciado según el nivel que tengan los canales; un descuento de valor agregado y descuentos por especialización.

En cuanto a recompensas finales, se encuentran los incentivos económicos por desempeño, recompensas por el logro constante del objetivo de ventas o crecimiento acelerado del negocio, inversión, fondos de desarrollo, fondos de desarrollo de

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

marketing (MDF) basados en propuestas, incentivo al REP, mejoras y promociones, vendedores y SE del canal, por impulsar nuevas oportunidades de ventas, roadshows, y SE Training sessions.

La educación continua es otra recompensa del desarrollador, ya que para ellos es un aspecto fundamental, por ello ponen a disposición del canal todo el contenido de SonicWall University, ésta tendrá inicio el 31 de enero del 2022.

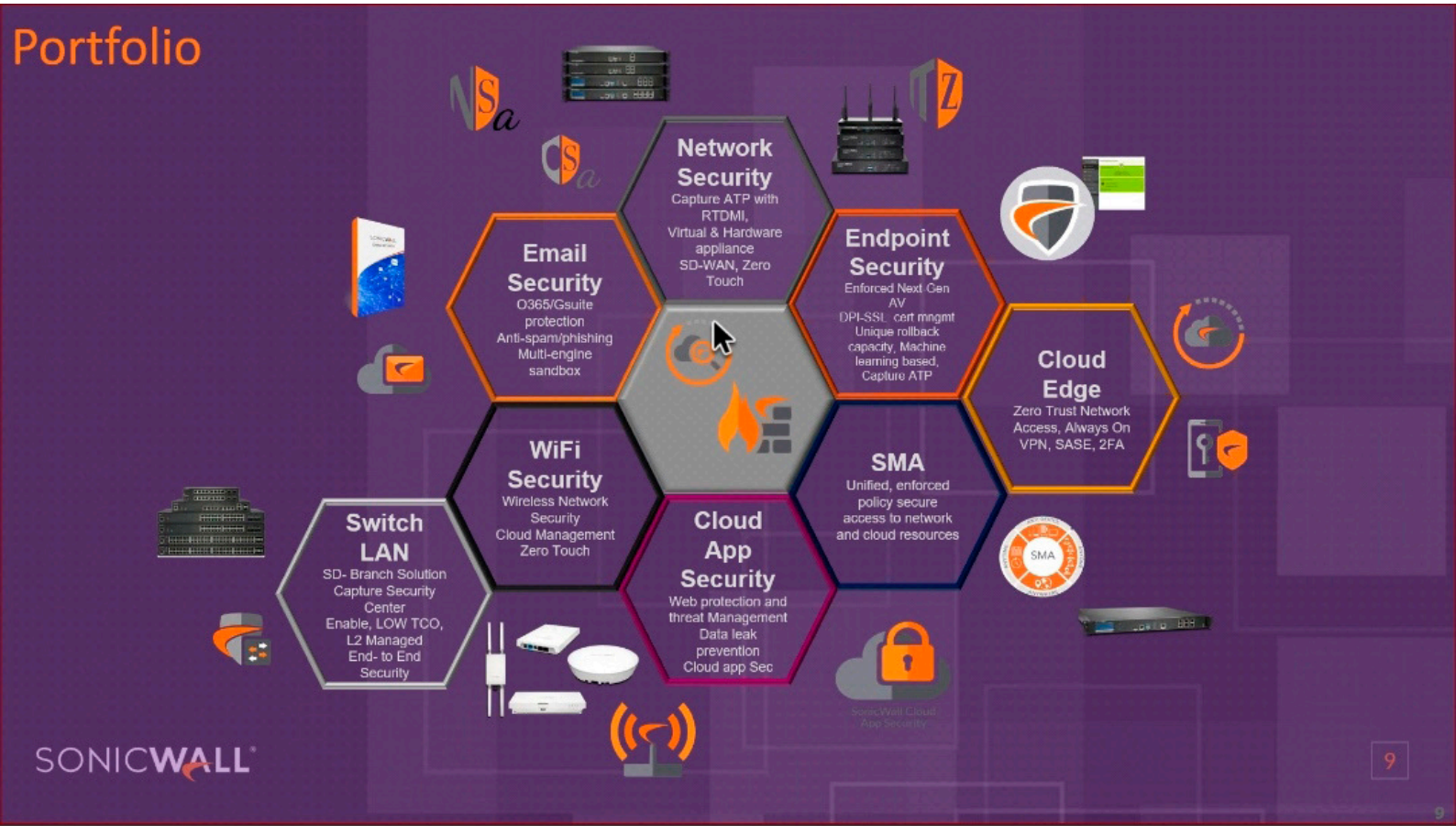
Aunado a ello, cuentan con el NFR Program, un programa de servicios habilitados para socios diseñado para acelerar las oportunidades se servicio de gran rentabilidad para los socios de SecureFirst de los niveles Silver y Gold.

Éste se divide a su vez en los niveles Registrado, Silver, Gold, y Platinum, y los beneficios que promete son: aumentar sus tasas de actualización de productos de SonicWall e ingresos de ventas adicionales; aumentar la fidelidad y satisfacción de los clientes ofreciendo un valor más estratégico mediante la protección de la red y los activos de la empresa; aprovechar su autorización de servicios de seguridad de SonicWall para impulsar el reconocimiento en la industria y la credibilidad de los clientes actuales y potenciales; ampliar su oportunidad en el mercado y demostrar liderazgo apoyando la creciente demanda de servicios centrados en la seguridad.

Además, se presentó el programa SecureFirst Managed Security Services Partner, el cual tiene tres diferentes niveles: MSSP Protect, MSSP Powered, y MSSP Powered +. Los beneficios que este tercer programa ofrece son descuentos por nivel de asignación de un CAM y SE; acceso al knowledge básico y herramientas de soporte; soporte premier dependiente de la tier; herramientas de gestión de licencias y facturación automatizadas.

Otras virtudes comunes del programa son modelos de precios, revenue MSSP, registro de oportunidad, acceso a programas Beta, plan de estudios y evaluaciones (a su propio ritmo), herramientas de gestión de licencias y facturación automatizadas, Marca y visibilidad de MSSP.

Mientras que los beneficios por nivel que ofrecen consisten en precios por volumen (modelos de precios mensuales y anuales), asistencia al socio con personal SonicWall, acceso y colaboración de soporte técnico, Premier Support, y acceso a MDF (%precio de compra).



ARIBA NETWORK REPORTA CRECIMIENTO DEL 600% EN MÉXICO DURANTE LA PANDEMIA

• LA PLATAFORMA EN LA NUBE PERMITE MODELOS DE NEGOCIO MÁS COMPETITIVOS Y SOSTENIBLES.
• PRESENTAN LAS TENDENCIAS EN PROVEEDURÍA PARA 2022.

Texto: Anahi Nieto

Con el fin de digitalizar sus procesos de abastecimiento corporativo, las organizaciones de todas las industrias en el mundo se encuentran adoptando soluciones tecnológicas, y con ellas descubren las ventajas de ir más allá de los procesos tradiciones, como por ejemplo, aquellos manuales, basados en papel, susceptibles al error humano, lentos y costosos para automatizar y optimizar los procesos desde el origen hasta el pago.

Además, las empresas deben buscar eficientar y hacer más agiles sus operaciones para hacer frente a las desafíos como mercados expuestos a la inestabilidad y a circunstancias imprevistas (como la pandemia de COVID-19 o estancamiento en cadenas de valor); cadenas de abastecimiento hiperconectadas; consumidores exigentes con las marcas en cuanto a la protección del medio ambiente y la ética empresarial; escasez de habilidades y otros cambios en el mercado laboral, como el aumento de la demanda de trabajadores eventuales; más regulaciones (financieras, comerciales, legales, entre otras).

Ante este panorama, las compañías pueden, a través de estandarizar y automatizar los procesos de adquisición, administrar mejor sus gastos, reducir costos, mitigar riesgos, garantizar el cumplimiento normativo y perseguir objetivos ambientales, sociales y de gobernanza (ESG).

Para profundizar sobre el tema, SAP Ariba llevó a cabo la conferencia "El Futuro de la Proveeduría", el cual contó con la participación de empresas como KIO Networks y Medix para compartir su perspectiva desde sus diferentes industrias, la tecnológica y la farmacéutica, respectivamente.

"La pandemia puso de relieve cómo las personas y las empresas sufren cuando se interrumpen las cadenas de suministro", dijo Eric Rossati, Director de SAP Ariba en México, "si en este proceso de reactivación económica, las empresas no avanzan en priorizar la digitalización de sus procesos de abastecimiento, será complicado mantenerse competitivas en un mundo hiperconectado y con múltiples impactos en las cadenas globales de valor".

En tanto, Antonio Anaya, Gerente Corporativo de Compras de la Farmacéutica Medix, comentó: "necesitábamos de manera inicial establecer un canal de colaboración bidireccional con los proveedores, y Ariba es una herramienta que nos facilita esta operación; además de identificar oportunidades y estrategias de negociación. Asimismo, la estandarización de procesos que nos brinda es un aspecto que nos ha resultado muy interesante ya que nos permite implementar las buenas prácticas de operación que hay en el mercado general".

Por su parte, José Luis Cruz, Chief Procurement Officer de KIO Networks, afirmó que actualmente inician el cuarto año de trabajar con SAP Ariba, tiempo en el cual han innovado y evolucionado el área de compras a la par de la plataforma, sobre todo en temas de compliance. "Entre los principales beneficios se encuentran el contar con una herramienta de gestión no sólo del proceso de compra, sino también la gestión de los proveedores, las evaluaciones, los contratos, entre otros. Hemos aprovechado la herramienta al máximo y nos ha funcionado muy bien".

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

De acuerdo con un estudio de SAP, para 2025 el departamento de adquisiciones tendrá que evolucionar su función dentro del negocio, desde su enfoque actual en la reducción de costos y la negociación a uno más orientado hacia la visibilidad de las operaciones de un extremo a otro, la resiliencia, agilidad y consultoría estratégica. Para llevar a cabo ese cambio, las organizaciones necesitan ampliar su horizonte tecnológico aprovechando el análisis avanzado y predictivo, Blockchain, Internet de las cosas (IoT), el aprendizaje automático, la inteligencia artificial (IA) y la realidad aumentada.

Tendencias para la proveeduría corporativa en 2022

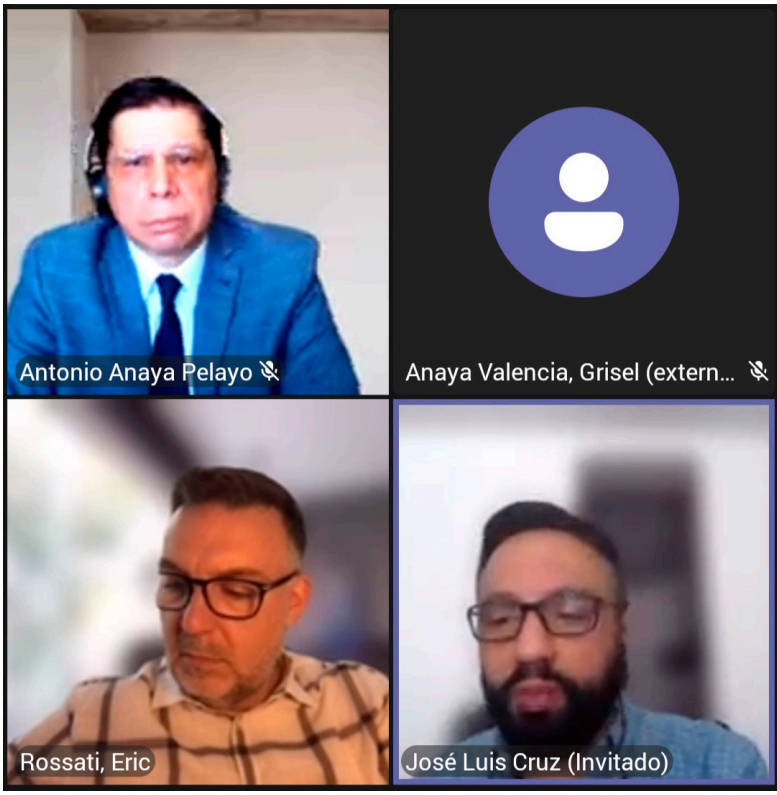
Durante el evento, se mencionaron algunas de las tendencias que se avecinan para el siguiente año, como por ejemplo, que las compras serán un impulsor de los objetivos corporativos y también un habilitador de la innovación de negocio y digitalización, por lo cual se pueden aprovechar los beneficios de la digitalización para contribuir a los indicadores clave de la empresa.

Otro punto es que las compras serán el gestor de la reputación corporativa y la percepción de la marca, asegurando un suministro sustentable; de igual forma, las redes comerciales serán el mercado de empresa a empresa (B2B) del futuro, lo que permitirá a los compradores y proveedores colaborar con facilidad.

Los ecosistemas hiperconectados permitirán la agilidad empresarial, un objetivo esencial para las adquisiciones, por lo que resulta importante desarrollar nuevos canales de abastecimiento que estén alineados con las políticas de abastecimiento de la organización y los objetivos ESG, que abarquen todas las categorías de gastos, incluidos los viajes corporativos.

Según los expertos, los proveedores y las fuerzas labores externas serán socios clave del negocio, ya que actuarán como extensiones de la organización, y colaborar con ellos en tiempo real representará mejores resultados comerciales, informes y análisis sólidos sobre el rendimiento, el progreso, el cumplimiento normativo y los riesgos potenciales.

De igual forma, se prevé que las negociaciones se basarán en el valor colectivo del ecosistema a favor de todas las partes, conformando asociaciones para liberar innovación y valor. La información



estratégica de datos en tiempo real, la analítica predictiva, blockchain y la IA harán que las compras sean más simples, inteligentes y estratégicas que nunca, mientras que los sistemas empresariales inteligentes se empoderarán a sí mismos y brindarán experiencias de usuario personalizadas.

En una encuesta a los directores de compras, sólo el 36% consideró que su prioridad es "lograr más ahorros", el resto de los líderes están pensando acertadamente las tendencias mencionadas.

Como conclusión, los directivos coincidieron en que el área de abastecimiento debe estar en innovación continua, con soluciones tecnológicas de automatización, IA y robotización a fin de brindar el servicio que los usuarios esperan; las compañías deben diversificarse, encontrar alternativas viables, colaborar con diferentes proveedores y que sean más cercanos para evitar la ruptura de la cadena de suministro.

NETSOFT IDENTIFICA GRAN POTENCIAL DE NEGOCIO CON APLICACIONES BASADAS EN LA NUBE

www.youtube/noticiasdelcanal

Autor: Anahi **Nieto**

El software As a Service ya era una tendencia fuerte incluso antes de la pandemia por COVID-19, la cual provocó que se acelerara aún más, y actualmente se ha diversificado a tal grado de encontrar diferentes aplicaciones que son una herramienta para todo.

A su vez, dentro de las tendencias en la nube, se identifican las herramientas colaborativas y de comunicación, ya que éstas permiten a los usuarios contar con movilidad para poder desarrollar su trabajo desde cualquier lugar donde ellos deseen sin tener ningún tipo de inconveniente.

Elisa García, Directora de Operaciones y Cofundadora de Netsoft, recordó que al inicio de la historia de la compañía, hace 15 años, tratar de comercializar el software ERP (Enterprise Resource Planning) era complicado, ya que a pesar de ser una solución que enamoraba a los clientes por su facilidad de uso, al estar basada en la nube generaba incertidumbre en los usuarios.

En la actualidad, la evolución que ha tenido la tecnología de la nube para convertirse en un espacio más seguro y de fácil acceso donde pueden albergarse todas las aplicaciones y herramientas, ha hecho que empresas como Netsoft sean cada vez más demandadas y reporten mayor crecimiento.

“La movilidad que exige la nueva normalidad deriva en muy buenas expectativas para largo plazo y visión de crecimiento, ya que este tipo de soluciones contribuyen a que las empresas continúen desarrollando sus operaciones en un esquema remoto y de forma sencilla”, detalló la directiva.

Las personas han comenzado a hacer un cambio de visión en cuanto a las aplicaciones ERP, a la par que las implementaciones de éstas se han agilizado volviéndose un tema de procesos agiles que permiten a las organizaciones transformarse digitalmente.

“Las organizaciones tenemos que buscar la manera de cómo hacer nuestros procesos más agiles desde una forma remota y que sean alcanzables desde cualquier lugar y dispositivo; en esta nueva realidad estamos obligados como empresas a dar a nuestros empleados la facilidad de la movilidad al tener un ERP 100% en la nube que permita esa posibilidad”, agregó García.

Además, las aplicaciones también deben buscar la posibilidad de ser ejecutadas desde los teléfonos celulares, las computadoras, o cualquier dispositivo para brindar esa flexibilidad de operar desde cualquier parte.

Nacido en México con cinco personas como colaboradoras, Netsoft ha logrado cumplir 15 años ya en el mercado, y actualmente más de 140 empleados conforman la empresa, la cual ya tiene presencia en el país, Panamá y Colombia; le deben ese crecimiento a la facilidad de uso que ofrece la herramienta y al tiempo de implementación que ésta toma.

Para apoyar a las compañías a mejorar sus procesos se requiere un entendimiento real de estos, tener una mayor comunicación, colaboración y trabajo en equipo, al mismo tiempo que se involucre a la gente.

Aunque el esquema comercial del desarrollador contempla la venta directa con los usuarios finales, se encuentra interesado en contar con aliados de negocio que quieran incorporarse y busquen un respaldo que los apoye a tener resultados desde el primer día. Parte de las ventajas que brinda Netsoft son capacitación, acceso a la información, apoyos con demos y referencias, entre otras.

“El software en la nube llegó para quedarse, y los integradores juegan un papel fundamental para las organizaciones, ya que pueden ayudarlas en su migración a la nube, y a sacar el mayor provecho de la herramienta sin frustrar la inversión”, concluyó la directiva.

Microsoft Connect 2021 impulsa las ventas del canal

CON EL FIN DE FOMENTAR LAS VENTAS DE LOS EQUIPOS COMERCIALES POR MEDIO DE LOS RESELLERS, HACIENDO ÉNFASIS EN EL VALOR AGREGADO DE WINDOWS 11, OFFICE 2021, WINDOWS SERVER 2022 Y EDUCACIÓN, SE LLEVÓ A CABO LA SÉPTIMA EDICIÓN DE CHANNEL CONNECT DE MICROSOFT, QUE POR PRIMERA VEZ SE REALIZÓ A NIVEL LATINOAMÉRICA, CON LA PARTICIPACIÓN DE 17 PAÍSES, CON UNA ASISTENCIA DE APROXIMADAMENTE 2200 CANALES.

Texto: Álvaro Barriga

En el evento también se anunciaron soluciones que la marca ofrece a las PyMEs, así como los dispositivos Premium de las marcas Acer, Dell, HP con lo más reciente de los procesadores Intel.

Douglas Pierleoni, Device Sales Lead Latin America Hispanic de Microsoft, habló de la misión de crear, comercializar, vender soluciones y dispositivos de nube inteligente y borde inteligente con los partners, todo en un ambiente híbrido, desde los videojuegos, educación, el trabajo y los data centers.

El directivo destacó que la marca está trabajando en encontrar maneras de ayudar a sus partners a desarrollar el negocio y aprovechar el impulso de la transformación digital en la región. Resaltó la importancia de brindar soluciones que respondan a las necesidades del trabajo híbrido, sobre todo de la seguridad que brinda Windows 11, que además ofrece la posibilidad de trabajar y estudiar desde cualquier lugar.

Sobre Teams, afirmó que desde la pandemia han tenido un crecimiento destacable de triple digito, lo cual se brinda con Office 360 que es una solución completa que permite colaborar a través de cualquier dispositivo.

> “En educación, hay cuatro millones de dispositivos con más de cuatro años y en el área comercial hay 19 millones (46% desktop, 54% notebook y el resto en tablets), lo que representa una gran oportunidad para ser reemplazados”: Douglas Pierleoni.

En el evento, Microsoft reconoció el esfuerzo y dedicación de sus mejores partners, en diferentes categorías, en lo que a México se refiere, los galardonados fueron:

- **Intcomex México,** Best Revenue Growth Office LATAM.
- **CT Internacional,** Best Reach Execution Office LATAM.
- **Ingram Micro México,** Best Transformation Project LATAM.
- **Grupo CVA,** Best Marketing Execution.

PARTNER SUMMIT DE AXIS: SOLUCIONES Y TENDENCIAS EN CIBERSEGURIDAD

www.youtube/noticiasdelcanal

Autor: Raúl **Ortega**

•VISIÓN DEL MERCADO, PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO, EL PANORAMA DE LA COMPAÑÍA PARA EL PRÓXIMO AÑO FUERON PARTE DE LOS TEMAS PRINCIPALES EN EL PARTNER SUMMIT.

El evento del fabricante tuvo como foco anuncios para sus socios comerciales, entorno al comportamiento del mercado en tendencias, la perspectiva de líderes en seguridad y sobre todo el aprovechamiento de oportunidades en los cuales para los canales no sólo significará engrosar la factura, sino entregar mayor valor a sus clientes finales.

Con invitaciones a diversos socios de negocio, Axis realizó su evento Partner Summit 2021, donde se dieron cita principalmente socios de nivel Gold y Silver, pero ello no supone que fueron los únicos, sino por el contrario y por motivos del aforo reducido, también hubo canales que se hicieron presentes de manera digital, lo cual se convirtió en un evento híbrido, dando oportunidad de participar a partners que no sólo se encuentran en México, sino en Latinoamérica, en ese sentido Alejandro Aguirre, Director Comercial para la México, Centroamérica y Caribe en la compañía, ahondó más sobre la celebración: “Fue virtual para muchos de los partners que tenemos en la región de Latinoamérica y básicamente compartimos la visión que tenemos sobre el mercado, perspectivas de crecimiento, verticales, hablamos sobre soluciones que se están fortaleciendo a futuro y cómo ha evolucionado el programa de canales con base en la retroalimentación de nuestros socios”.

ALEJANDRO AGUIRRE

"SIEMPRE EXISTE UNA EXPECTATIVA POR GENERAR MÁS NEGOCIO CON LOS PARTRNERS, PERO LO MÁS INTERESANTE ES QUE, CADA VEZ MÁS SE CONVIERTEN EN SILVER Y GOLD, YA QUE SON LOS QUE TIENEN MAYORES BENEFICIOS Y POSIBILIDADES DE INCREMENTAR SUS MÁRGENES": ALEJANDRO AGUIRRE.

2021 un año de retos

No es algo nuevo hablar del 2021 como un año retador en muchos sentidos, pero el último eslabón de la cadena de distribución es quien más ha resentido estos embates, es por ello que Axis relató que parte de su perspectiva e implementación está definida por el impulso a sus partners y estos se han visto recompensados en paralelo que la compañía gana o crece con el cierre de año.

"EN 2021 HA SIDO UN AÑO DE CRECIMIENTO; LO ESTAMOS HACIENDO A DOBLE DÍGITO, LO CUAL ES POSITIVO Y VEMOS ALGUNAS PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO EN ALGUNAS VERTICALES IMPORTANTES COMO SON: TRANSPORTE, INDUSTRIA Y EN BANCA, VERTICALES EN LAS QUE REQUIEREN SOLUCIONES MUCHO MÁS ROBUSTAS, MAYOR INTELIGENCIA Y ESTAMOS VIENDO MÁS APOYO PARA LA SEGURIDAD": ALEJANDRO AGUIRRE.

El 2021, además de los grandes retos que supuso el año, en la recta final se comienza a observar una franca recuperación de la economía y de las actividades sociales, entre ellas el retorno al trabajo y las actividades en general, siendo que la seguridad cruza por casi todos los temas centrales, la perspectiva de Axis en torno a este segmento de mercado es reveladora sobre un 2022 que ya tiene un pie dentro. "Las perspectivas de crecimiento son positivas en un escenario pos-pandemia, ya que las soluciones siguen siendo aceptadas en México con crecimientos importantes y en términos de seguridad, incluso vemos un crecimiento sostenido de 10% año contra año, de aquí a 2025, lo que nos interpreta un mercado positivo": profundizó Alejandro.

contactame@esemanal.mx 55 7360 5651

www.youtube/noticiasdelcanal

MANAGEENGINE BUSCA EXPANDIR SU ECOSISTEMA DE PARTNERS EN MÉXICO

- **SECTOR GOBIERNO, UNO DE LOS PRINCIPALES OBJETIVOS.**

Autor: Anahi **Nieto**

ManageEngine, con sede en la India, es la división de gestión de TI empresarial de Zoho Corporation; actualmente cuenta con un portafolio robusto conformado por más de 50 soluciones de software para la administración de servicios y operaciones de tecnología.

Productos
-Active Directory
-Help Desk de TI
-Desktop & mobile
-Redes & servidores
-Aplicaciones
-Seguridad de TI
-Analytics
-Cloud
-MSP

Soluciones
-Gestión de Active Directory
-Gestión de help desk
-Gestión de desktops
-Gestión de redes y servidores
-Gestión de dispositivos móviles
-Software de gestión de aplicaciones
-Gestión de seguridad de TI
-Analíticas avanzadas para TI
-Gestión de Office 365
-Gestión de TI desde la nube
-Gestión de TI para MSPs
-Gestión de identidades privilegiadas
-Remote Monitoring and
-Management (RMM) Central

NIRMAL KUMAR MANOHARAN

WILSON CALDERÓN

En México, la empresa inició operaciones desde el 2005 y a lo largo de estos 16 años ha logrado obtener un crecimiento relevante, el cual, en la opinión de Nirmal Kumar Manoharan, Director Regional para Latinoamérica en ManageEngine, se debe a los canales.

"Las empresas realmente invierten en tecnología, se dan el tiempo de evaluar los productos y a través de ellos intentan cubrir sus necesidades. Nosotros tenemos una propuesta de valor que cubre esos requerimientos, al mismo tiempo que resulta fácil de instalar y poner en marcha; por esa razón, hemos mantenido un crecimiento del 30% año contra año", mencionó el directivo.

Se dijo que la visión de la firma es alinear TI con el negocio de los clientes y construir relaciones de largo plazo con los partners, aspecto que se ha logrado en México, ya que el ecosistema diverso que han construido trabaja en todos los negocios y sectores.

No obstante, debido a las dimensiones de la república, ManageEngine manifestó su deseo por expandir el ecosistema de partners a fin de cubrir más allá de la Ciudad de México, en ciudades como Monterrey, Guadalajara, y el resto del país.

El perfil de socios de negocio que ManageEngine busca reclutar son aquellos con formación técnica que integren tecnología, tengan experiencia en temas de TI como ciberseguridad, gestión de endpoint management, o administración de Windows, que puedan agregar valor al portafolio, que sean proveedores de servicios y puedan realizar una venta cruzada aprovechando el extenso portafolio del desarrollador.

"Queremos partners que busquen crecer continuamente, que quieran hacer buenos negocios con nosotros, establecer relaciones a largo plazo y mantenerse actualizados, son bienvenidos. Parte de los apoyos que encontrarán serán soporte de primer nivel, entrenamiento y acompañamiento durante todos sus procesos, campañas de apoyo, precios accesibles y un rápido retorno de inversión para los clientes", agregó Nirmal Kumar Manoharan.

Por su parte, Wilson Calderón, Especialista Regional Técnico de ManageEngine, explicó que han consolidado un portafolio que se adapta fácilmente a cualquier cliente y que permite realizar una venta cruzada, además que ha integrado las nuevas tecnologías.

"Los clientes necesitan ayuda y requieren sentirse bien atendidos por alguien local, por ello vemos una gran oportunidad de generar servicios especializados, consultoría y negocio, en especial vemos gran potencial en el sector gobierno, donde nos interesa colaborar con los partners que lo atiendan.

"México es el principal mercado en la región, tenemos socios con quienes trabajamos desde hace 15 años, y hoy seguimos trabajando, al igual que en toda la región, para seguir creciendo y brindando más recursos y apoyo a nuestros partners", concluyó Calderón.

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

SÍGUENOS EN LINKEDIN

/NOTICIASDEL**CANAL**

eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

Servicios digitales

-Redes sociales

-Contenidos comerciales

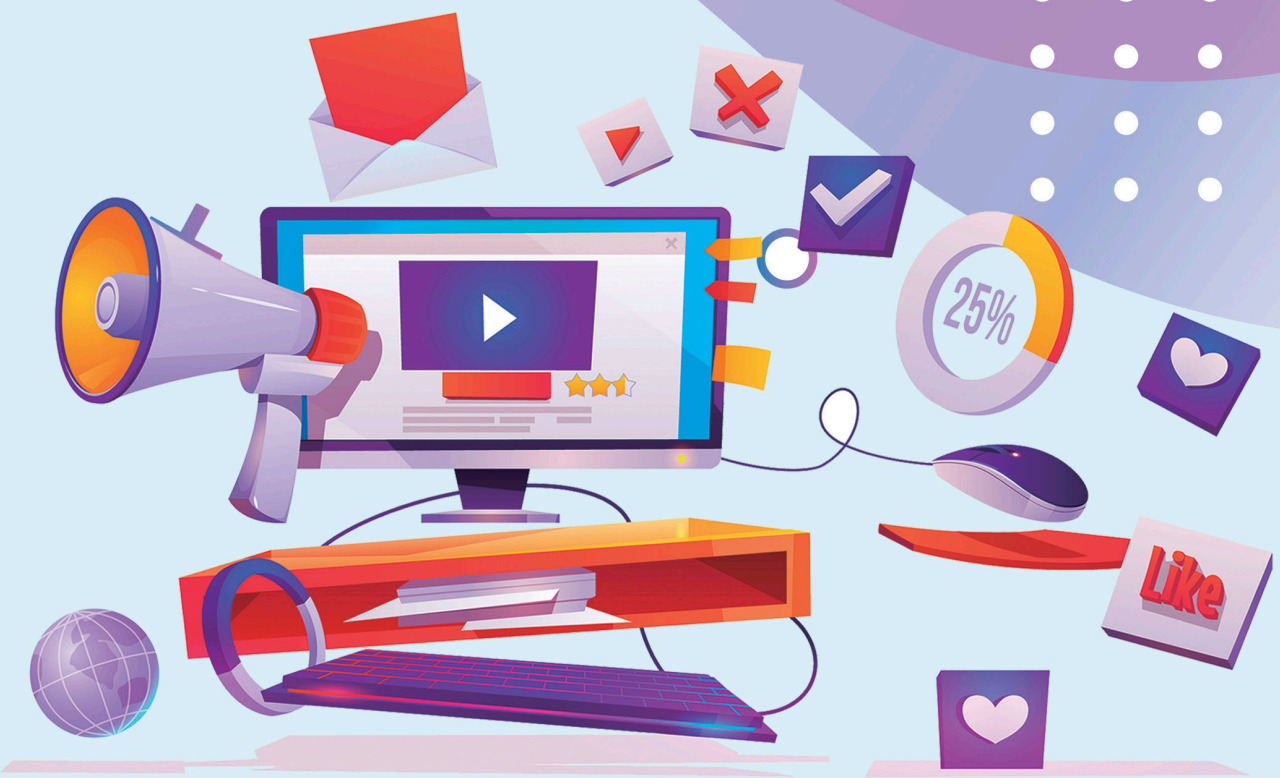
-Posicionamiento de la marca

-Call Center

-Email marketing

-Newsletter

-Webinar

-Revista digital

-Portal web