

20 de Diciembre 2021 · Año 30 | No. 1458

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Innovación

es lo que requiere el canal en 2022

GUÍA DE COMPRA

Soluciones para DDoS

CT INTERNACIONAL

Se va al CES y a un partido
de la NFL

LABORATORIO DE PRUEBAS

AOPEN HC5

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

les desea



Feliz

2022



Álvaro Barriga •

En innovación, el canal tiene que ser el mejor aliado

Especialistas coinciden en que el futuro para la industria TIC es próspero, lleno de demanda y crecimiento, pero aseguran que estamos en un momento coyuntural, donde es necesario que el canal se transforme y se convierta en el aliado de negocio que todos esperan encontrar.

En la última edición de este año, el equipo editorial de **eSemanal** entrevistó expertos analistas de IDC y Select, quienes coincidieron en que el mercado está en una búsqueda constante de desarrollar y fortalecer iniciativas de digitalización que les permitan ofrecer objetivos y experiencias innovadoras, al mismo tiempo que les ayuden a ser resilientes y estar preparadas para afrontar cualquier adversidad que pueda impactar sus negocios.

Estamos en una nueva era en que las organizaciones no necesitan más proveedores de TI, sino verdaderos aliados tecnológicos que las acompañen con el diseño, ejecución y seguimiento de sus estrategias, por ello, la recomendación es que los canales deben habilitar la tecnología como el principal impulsor de la innovación y migrar hacia una venta más consultiva y estratégica.

Los canales deben evolucionar de ser proveedores a convertirse en aliados tecnológicos, teniendo en cuenta que la conversación ahora es multidisciplinaria y acorde a las necesidades de cada empresa, involucrando a todas las áreas de ésta, no sólo la de TI, con el fin de habilitar a toda la organización y áreas para tomar decisiones ágiles e informadas.

En otras recomendaciones de cara al 2022, se encuentran la continua capacitación y certificación del personal para que tengan la capacidad de estar al día en temas actuales, también se recomienda la diversificación, y si no se cuenta con el staff necesario, es importante abrir nuevas áreas que garanticen la continuidad del negocio. Formar alianzas es otra de las sugerencias que hacen los expertos, ya que el co-partnering es cada vez más común en los proyectos de la industria.

Todos quienes formamos parte de la familia **eSemanal** deseamos que gocen de salud, que tengan una gran celebración con sus seres queridos y que el próximo año esté llenos de éxitos y oportunidades en sus negocios.

¡Feliz Navidad y un exitoso 2022!

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

18 LA INNOVACIÓN llama a la puerta del canal de distribución e integración para un próspero 2022

INTEGRADORES

6 A través de IoT, **TELEFÓNICA** busca la sobrevivencia y crecimiento de las PyMEs

FABRICANTES

10 JABRA EVOLVE2 75 los auriculares que revolucionarán el trabajo híbrido

26 La innovación en enrutadores llega a México con la línea AX3000 de **TENDA**

34 NETSCOUT y sus soluciones holísticas para DDoS revolucionan el mercado en ciberseguridad

45 2021: el mejor año en la historia de **ZEBRA**, festejan crecimiento récord en México

51 JABRA AWARDS 2021: HYBRID LIFE, premia a sus partners

8 ESEMANAL FELICITA

MAYORISTAS

12 CT INTERNACIONAL impulsa oportunidades de sus canales con viajes al CES



TELEFÓNICA



NETSCOUT



JABRA

16 TEAM innova el mayoreo y gana en el mercado junto al canal

42 Eduardo Coronado afirma que **CVA** tendrá más servicios y nuevas marcas en 2022

47 MICROSOFT y **LOL** buscan que el canal evolucione con su modelo de negocio

DESARROLLADORES

29 INFOBLOX Y SYNnex WESTCON-COMSTOR: alianza potente contra ataques DDoS

49 Desde julio, **RED HAT** y **NUTANIX** van juntos por el mercado

53 5 consejos para que los **CANALES DE DISTRIBUCIÓN** sean exitosos en México este 2022

GUÍA DE COMPRA

32 SOLUCIONES DDOS

LABORATORIO DE PRUEBAS

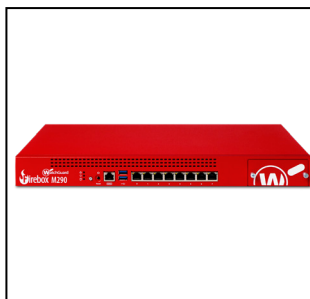
39 Monitor Gamer Curvo **ACER AOPEN HCS**



TEAM



INFOBLOX



GUÍA DE COMPRA

BÚSCANOS EN:



/NOTICIASDELCANAL



/NOTICIASDELCANAL



ESEMANAL



ESEMANAL



55 7360 5651

WWW.ESEMANAL.MX

DIRECTORIO

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

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

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

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

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

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

Digitalización a través de IoT



El alcance que ha tenido el Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés) es inmenso, abarca casi todos los aspectos de la vida porque actualmente casi todo está conectado, no sólo con herramientas de trabajo, sino también del quehacer diario de las personas, aspectos que encaminan hacia la digitalización en los diferentes sectores.

El IoT puede traer consigo múltiples beneficios para el medio ambiente, ya que las soluciones son cada vez más sustentables, y, por ejemplo, los gobiernos pueden hacer que las ciudades disminuyan su impacto ambiental al monitorear ecosistemas completos: recolectar detalles sobre la calidad del aire, la basura sobre el alcantarillado, limpiar océanos, ríos, entre otras posibilidades.

Además, esta tendencia ayuda a recopilar información y analizar data para tomar mejores decisiones, las empresas que lo hacen son cinco veces más eficientes que el resto, los datos se han vuelto un activo valioso y una prioridad para las organizaciones; además, son la base para construir ciudades inteligentes en donde los servicios públicos sean visibles, medibles y se mejoren.

Telefónica cuenta con una oferta variada en IoT que ayuda a los usuarios en diferentes aspectos.

- **Smart M2M Solution:** plataforma puntera para la conexión, la gestión y el control de las comunicaciones máquina a máquina (M2M), solución para clientes segura, flexible y fiable.

Soluciones especializadas

- **Smart Connectivity:** plataforma para gestionar toda la conectividad de los negocios, hace posible el administrar gastos, consumos, alarmas y más en tiempo real.
- **Smart Mobility:** integra herramientas de localización y monitoreo, tanto de vehículos como de personal en movimiento, con información en tiempo real de su ubicación y estado; permite dar seguimiento, incrementar la productividad y tener una planificación más eficiente.
- **Smart Retail:** ayuda a las empresas o retailers a que sus tiendas sean inteligentes, lo que facilita atender a las nuevas necesidades de los consumidores y generar un vínculo con ellos y sus colaboradores.
- **Smart Energy:** a través de dispositivos y sensores conectados, resulta posible medir la eficiencia energética para hacer un uso eficiente de ésta en donde se ahorre y se administre mejor.

Rafael González, Director de Negocio B2B en Telefónica México, explicó que actualmente la compañía cuenta con soluciones exclusivas para mejorar la operatividad de las empresas, como por ejemplo controlar el consumo de energía para disminuir el impacto ambiental y reducir costos.

“La pandemia ha ayudado a acelerar la digitalización, la cual es vital y necesaria para las compañías, y debe formar parte de los planes estratégicos de éstas; por ello, los líderes de las organizaciones deben comprender hacia dónde deben dirigir su negocio y diseñar una nueva estrategia”, detalló el directivo.

La transformación digital ayuda a las compañías a ser resilientes, competitivas y a tener sobrevivencia corporativa, las empresas que son nativas digitales tienen una mayor ventaja sobre aquellas que deben transformarse; este cambio no es exclusivo para grandes empresas o corporativos, sino que involucra a las organizaciones de todos los tamaños.



Durante la contingencia sanitaria, uno de los segmentos más golpeados fueron las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), en México se calcula que más de un millón de éstas desapareció, aunque más de 600 mil nuevas nacieron en un formato digital apoyándose de e-commerce como herramienta fundamental para llegar a los clientes.

“Las PyMEs se benefician de la digitalización, ya que tienen acceso a un perfil de clientes diferente y a otras zonas sin la necesidad de tener su negocio en un lugar específico del país, y esto aplica para todos los negocios. Las pequeñas empresas que realicen su transformación digital, serán medianas en dos años, y las que no evolucionen, probablemente morirán”, enfatizó González.

Forbes estima que para 2025 habrá 75 mil millones de dispositivos conectados y que el valor de mercado de IoT alcance el trillón de dólares. El Coronavirus aceleró la adopción de la conectividad, pero esta tendencia llegará para quedarse.

De acuerdo con el directivo, un programa de digitalización requiere tiempo, cambios pequeños en los procesos que deriven en grandes acciones, y modelos de atención a clientes utilizando herramientas que permitan ser más competitivos y tener un mayor impacto para mejorar la experiencia del usuario.

“Atrévase a apostar e invertir en la digitalización a través de IoT, traerá grandes cambios e impactos positivos a corto plazo, tanto en satisfacción y eficiencia con los clientes como en el retorno de inversión, el cual es muy alto.

“En Telefónica nos consideramos socios de nuestros clientes y partners, somos una empresa muy grande que se quiere posicionar como una plataforma comercial que brinda servicios digitales y de interacción de telecomunicaciones, queremos acercarnos, queremos aprender y crecer con ustedes, las puertas están abiertas para que juntos transformemos los negocios de los clientes”, concluyó.



RAFAEL GONZÁLEZ

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

FELICITA

Lunes 20

MANOLO GUTIÉRREZ, CHANNEL MARKETING MANAGER EN BIG IDEAS FOR BUSINESS

MIGUEL RUÍZ HERNÁNDEZ, CEO DE TEAM

Martes 21

JOSÉ LUIS DOMÍNGUEZ MASCARÚA, DIRECTOR DE GRUPO EXTENDED

MARCO ANTONIO CÓRDOVA, PRODUCT MANAGER HP EG EN CT INTERNACIONAL

Miércoles 22

ERNESTO RENÉ DÍAZ ENLOPA, CONSULTORÍA Y SOPORTE EN ACYST

Jueves 23

KAREN OVSEYEVITZ, PRESIDENTE PARA AMÉRICA LATINA DE PORTER NOVELLI

PEDRO DE JESÚS TOLENTINO GARCÍA, GERENTE DE DOMOTRONICA TECNOLOGÍAS Y CÓMPUTO

Sábado 25

ALBERTO MONROY, DIRECTOR GENERAL EN EVTEK

JUAN BECERRIL ÁVILA, GERENTE GENERAL ABE SYSTEM

LUIS ALVIREZ PEREYRA, TEAM LEADER MERCADO PAGO POINT GUADALAJARA EN GRUPO EXTENDED

PEDRO ARELLANO LOZA, BRANCH MANAGER EN TD SYNEX

Domingo 26

FERNANDO ÁLVAREZ NAVARRO, GERENTE DE MAYOREO CÓMPUTO Y OMNICHANNELS EN HP

ISAAC ELÍAS JIMÉNEZ PARRA, OPERATION DIRECTOR EN STULZ

JOSÉ ROBERTO SAUCEDO MARTÍNEZ, EJECUTIVO DE VENTAS EN TOP DATA

DICIEMBRE 2021

Jabra Evolve2 75

los auriculares que revolucionarán el trabajo híbrido

Jabra GN

IP

- DISEÑADOS PARA PROPORCIONAR MAYOR PRODUCTIVIDAD AL TRABAJO HÍBRIDO.

- PRIMEROS AURICULARES DE LA GAMA EVOLVE EN OFRECER JABRA ADVANCED ANC (CANCELACIÓN ACTIVA DE RUIDO AJUSTABLE DE JABRA).

- TECNOLOGÍA SUPERIOR DE 8 MICRÓFONOS PARA LLAMADAS MÁS NÍTIDAS.

- TECNOLOGÍA ÚNICA DE DOBLE ESPUMA CON UN DISEÑO DE AURICULAR ERGONÓMICO Y ALMOHADILLA DE CUERO SINTÉTICA ULTRASUAVE, QUE MEJORA LA VENTILACIÓN Y REDUCE LA PRESIÓN EN EL OÍDO PARA UNA MAYOR COMODIDAD.

- TRIPLE CHIPSET AVANZADO QUE OFRECE UN RENDIMIENTO MÁS RÁPIDO, INTELIGENTE Y POTENTE.

Jabra lanzó el más reciente modelo de su gama de auriculares Evolve2 para uso empresarial, Evolve2 75. Dado que el 68% de los colaboradores considera que su semana laboral debería ser bajo un modelo híbrido de trabajo desde casa y la oficina, este dispositivo profesional presenta una solución nueva e innovadora, diseñada específicamente para que el trabajo flexible sea más sencillo y productivo, desde cualquier lugar.



El último estudio de Jabra sobre el trabajo híbrido muestra que el 85% de los trabajadores afirman que la confianza en la calidad del audio, video y la conectividad, les permite destacarse en el trabajo. Por ello, los nuevos Evolve275 son los héroes de la flexibilidad.

La comodidad, la concentración, la colaboración y la información, son los principales desafíos para las organizaciones cuyos colaboradores trabajan desde diferentes ubicaciones, por lo que se equiparon los auriculares con nuevas características que impulsan aún más la calidad del sonido y la comodidad, al tiempo que ofrecen llamadas nítidas y una máxima experiencia en la escucha de música en todos los entornos.

Con un ajuste ergonómico superior para los auriculares, Jabra reinventó el diseño de la doble almohadilla de cuero sintética, que mejora la ventilación y reduce la presión en los oídos. Además optimiza la curvatura y el acolchado de la diadema, para garantizar que los auriculares se mantengan en su sitio sin molestias. En el proceso de rediseñar la almohadilla, Jabra hizo un descubrimiento innovador, conocido como “Dual Foam Technology” (tecnología de doble espuma de Jabra): al combinar espuma viscoelástica dura para el exterior de la almohadilla con una suave en el interior, se consigue un auricular cómodo, además que proporciona una mejor cancelación pasiva y activa del ruido. De esta forma, se maximiza la comodidad sin comprometer la calidad del sonido.

Jabra Evolve275 héroes en flexibilidad

Los Evolve275 son los primeros auriculares de la gama Evolve que incluyen Jabra Advanced Active Noise Cancellation™ (Cancelación Activa del Ruido Avanzada o ANC), totalmente ajustable, para que pueda elegir cuánto o qué poco oye de su entorno.

El botón “HearThrough” permite volver a escuchar los sonidos del exterior cuando se necesite, sin tener que quitarse los auriculares. Con ajustes personalizables como MySound (desde la aplicación móvil Sound+), la optimización de la música para perfiles auditivos personalizados y el ajuste del ecualizador, (disponibles a través de la aplicación Sound+ y de Jabra Direct en PC).



Mayor sonido y flexibilidad

El brazo del micrófono, con función de silencio y respuesta automática, es un 33% más corto que el del anterior diseño en el Evolve 75, lo que ofrece a los usuarios una mayor flexibilidad y un mejor sonido. Diseñado para cumplir los estrictos requisitos de Open Office de Microsoft, cuando el brazo del micrófono se baja en modo rendimiento (“Performance mode”) se corta eficazmente el sonido ambiente de las oficinas abiertas y de las zonas interiores ruidosas y concurridas. Para llamadas más informales en movimiento o simplemente para escuchar música, el micrófono se pliega fácilmente para volver al modo discreto.

Su tecnología de 8 micrófonos funciona con el revolucionario algoritmo del triple chipset de Jabra, distingue entre la voz y el ruido ambiente de forma aún más precisa, para que las llamadas tengan un sonido más nítido. Los Evolve275 también incluyen una “Busylight” con campo de visibilidad de 360° para cuando se necesite una concentración total.

Captación de datos de uso

Cabe mencionar que Jabra añadió ventajas adicionales a los auriculares, para que sea aún más fácil ir a cualquier sitio y seguir conectado. Optimizados para las principales plataformas de comunicaciones unificadas (“Unified Communications” o UC), los Evolve275 son capaces de conectar a los compañeros de trabajo en la plataforma que prefieran. Los auriculares también ofrecen capacidades de recolección de captura de datos de uso para que los departamentos de IT puedan tomar decisiones más detalladas y solucionar cualquier problema con anticipación.

El software Jabra Xpress, también facilita la monitorización de uso, la actualización del firmware y la gestión de los ajustes de forma remota. El robusto alcance inalámbrico de 30 metros y la doble conectividad con computadoras y dispositivos móviles proporcionan a los Evolve275 una flexibilidad adicional, generando una mayor libertad para caminar y hablar sin que la calidad de las llamadas se vea afectada. Gracias a la mayor duración de la batería y a la tecnología de carga rápida y la conversación, nunca ha sido tan fácil realizar tantas llamadas como se necesitan, desde cualquier lugar.



“Nuestro objetivo para cada incorporación a la serie Evolve no es simplemente crear un nuevo auricular, sino establecer un nuevo estándar. Por eso, durante el desarrollo del producto nos fijamos en todos los aspectos para conseguir la mejor experiencia de audio imaginable. Con la combinación de nuestra innovadora tecnología de doble espuma, una diadema mejorada y un nuevo y revolucionario diseño de “patrón de confort”, los Jabra Evolve275 proporcionan un increíble aislamiento del ruido y comodidad para una experiencia de audio mejorada en todos los sentidos que se siente tan bien como suena”: Holger Reisinger, Vicepresidente Senior de Soluciones para Empresa de Jabra.

Características y especificaciones principales:

- 26% más de cancelación de ruido que los Evolve 75 gracias al Jabra Advanced ANC ajustable, un chipset dedicado y a la nueva tecnología de doble espuma.
- Micrófonos premium Open Office con un brazo de micrófono oculto un 33% más corto que el de los Evolve 75.
- Tecnología de 8 micrófonos y llamadas de calidad superior.
- Alcance inalámbrico de hasta 30 metros.
- Audio de alta calidad con el brazo del micrófono retraído en modo discreto o cuando está completamente bajado en modo de rendimiento. Optimizado para una vida laboral flexible.
- Certificado para las principales plataformas de comunicaciones unificadas.
- Conecta dos dispositivos con conectividad dual.
- Botón específico para Microsoft Teams (en la variante MS Teams). Acople rápido con Google* (*sólo para Android).
- “Busylight” de 360° integrada. Personalización con Jabra Sound+ y Jabra Direct.
- Hasta 36 horas de música y 25 horas de conversación (sin ANC ni “Busylight”) 33% más “TalkTime” (tiempo de conversación) que los Evolve 75.
- Música potente con altavoces de 40 mm y códecs AAC.
- Gestión de dispositivos con Jabra Direct y Xpress.

Recompensa **CT** a sus distribuidores con una invitación a Las Vegas



- **EL MAYORISTA LLEVARÁ A UN GRUPO DE CANALES A LAS VEGAS PARA ASISTIR AL CONSUMER ELECTRONICS SHOW (CES) Y A UN ESPECTACULAR JUEGO DE LA NFL ENTRE RAIDERS DE LAS VEGAS Y CHARGERS DE LOS ÁNGELES**
- **CT INTERNACIONAL ACERCA REUNIONES PRESENCIALES A SUS SOCIOS EN EL CES DE LAS VEGAS, CON LOS FABRICANTES MÁS DESTACADOS DE LA INDUSTRIA TI**

IP

Boletos para un partido de la NFL y reuniones presenciales con fabricantes prominentes en la industria TI, en el marco del CES (Consumer Electronics Show) en Las Vegas, los principales incentivos que CT Internacional está acercando a sus socios de negocio con la finalidad de premiar, al tiempo que impulsa sus negocios y entrega valor a los mismos.

El mayorista constantemente se ha caracterizado por ser un aliado de valor para sus canales y en esta ocasión no es la excepción, pero ahora los impulsa llevándolos a uno de los eventos de mayor envergadura a nivel mundial, El Consumer Electronics Show (CES), con sede en Las Vegas, donde además de concretar espacios para que sus socios puedan conversar con fabricantes de talla mundial, también los están premiando con boletos para el partido de la NFL (National Football League) entre los Chargers VS Raiders, así detalló Charity Ibarra, Gerente de Mercadotécnica en CT Internacional: “En el CES, logramos conseguir citas para los distribuidores con las marcas. El itinerario es: saliendo de la Ciudad de México el 5 de enero, el 6 y 7 tendremos las citas con las marcas, el día 8 es de descanso y el 9 será el partido”.

“No solo vamos al CES, que es el evento de tecnología más grande y más importante del mundo, sino que además, con el apoyo de los fabricantes patrocinadores, los invitamos a un partido de la NFL entre Chargers y Raiders en el estadio Allegiant el día 9 de enero”

Así bien, la respuesta positiva por parte de los partners de CT Internacional, no se hizo esperar y se han sumado una cantidad considerable, siendo que el premio también es un espacio para conocer de primera mano la visión de los fabricantes para 2022, las oportunidades y desde luego los desafíos que implica, pero siempre apalancados desde la fuerza, constancia y determinación en los negocios, por lo que el mayorista se ha caracterizado.

La dinámica

Pusimos a competir a todos los distribuidores del 1 de noviembre al 15 de diciembre, quienes obtuvieran mayores compras de las marcas patrocinadoras en dicho, serán los ganadores que nos acompañarán al CES y al partido de la NFL, a lo que recordó la Gerente de Mercadotécnica en CT Internacional: “Tuvimos muchas

marcas patrocinadoras y cada una hizo dinámicas diferentes; la mayoría puso a competir a los distribuidores del 1ro de noviembre al 15 de diciembre y quien tuviera mayores compras en dicho periodo, serían los ganadores y quien nos acompañaría al CES y al partido de la NFL”.



CHARITY **IBARRA**

“Los fabricantes patrocinadores del evento fueron Acteck, Adata, AMD, CDP, Cisco, Cyberpower, Eset, Epson, Hisense, HP, Intel, LG, Lenovo, Logitech, Microsoft, TP Link, y Silmex.; además, en el caso de los socios que no hayan ganado los boletos y que participaron con HP, el fabricante les está entregando como segundo lugar pantallas y laptops como tercer lugar”: Charity Ibarra.

Del día 5 al 10 enero de 2022, CT Internacional tiene planeado ser anfitrión de los sus partners en el magno evento del CES 2022, aunque debido a las restricciones sanitarias, los socios podrán estar presentes en grupos máximos de tres.

La Gerente de Mercadotécnica en CT Internacional, transmitió su alegría de regresar paulatinamente a las actividades presenciales y esperando que los ganadores disfruten al máximo el partido de los Raiders VS Chargers, e invitando a que se acerquen con el mayorista y concreten negocios de ganar-ganar.

¡Vámonos al CES y a la NFL con CT!

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 americano 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



¡Vive las mejores experiencias con CT!

Consulta la dinámica de cada una de nuestras marcas participantes



Súmate +

by **DELL** Technologies

Súmale más a tu server y réstale a tu factura

Mas compras, menos pagas



Ing. Reyes Hernández
Director de Marcas

Nos permitimos informarles a todos nuestros socios de negocio, que estamos muy contentos de ser pioneros de esta iniciativa tan fructífera para todos, a la cual le llamamos **SUMATE**. Enfoquemos esfuerzos para que podamos obtener rápido y eficazmente la mejor rentabilidad en sus operaciones. **SUMATE** es una estrategia innovadora que viene precisamente a sumar beneficios, personalización y vanguardia. " Sé parte de todos los apoyos que podamos ofrecer en nuestro catálogos de Soluciones ISG de DELL con nosotros "



Ing. Carlos Martínez
Coordinador DELL

"Nosotros como CT tenemos la mayor de la confianza en la sinergia con DELL, esta iniciativa de SUMATE será un gran parte aguas para ustedes distribuidores, con ella podrán hacer crecer sus ventas y de igual manera sientan esa seguridad de que con todo el portafolio de ISG de DELL podrán brindar más beneficios y valor agregado a todas las soluciones posibles.

Los invitamos a que sean parte de esta gran iniciativa y SUMATE con CT."

Mayores Informes con el equipo Dell Server:



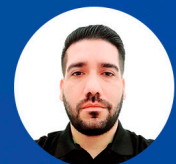
Jesús Altamirano
(Product Manager Hermosillo)
Tel: (662) 109 00 00 ext. 583
jesus.altamirano@ctin.com.mx



Jorge Figueroa
(Product Manager Hermosillo)
Tel: (662) 109 00 00 ext. 244
alberto.figueroa@ctin.com.mx



Ramón Torres
(Product Manager Guadalajara)
Tel: (333) 619 10 15 ext. 126
ramon.torres@ctin.com.mx



Ing. Victor Montijo
(Product Manager Hermosillo)
Tel: (662) 109 00 00
victor.montijo@ctin.com.mx

DELL Technologies



intel®



Vigencia del 01 de Diciembre al 31 de Diciembre / Pregunta por los detalles. / Aplican restricciones.



Equipo DELL Technologies Hermosillo:

Ing. Carlos Martinez (coordinador) / Lic. Christian Figueroa (PM computo)
Lic. Lucero Borbón (PM Servicios) / Ing. Jesus Altamirano (PM Servidores) / Lic. Jorge Figueroa (PM Servidores)



Ing. Alberto Romero
(PM computo)
Puebla



Lic. Orson Cervantes
(PM Computo)
CDMX



Lic. Hassam Romero
(PM Computo)
Guadalajara



Ing. Adriana Gonzalez
(PM Computo)
Monterrey



Lic. Javier Perez
(PM Computo)
León

www.ctonline.mx

¡Siempre contigo!



innova el mayoreo y gana en el mercado junto al canal

IP

A unos días de que finalice el 2021, Tecnología Especializada Asociada de México (TEAM) se siente afortunada y orgullosa por adaptarse con rapidez a los cambios vehementes que han ocurrido, lo cual les ha permitido al día de hoy ofrecer un portafolio de mayor valor a la industria, ganar proyectos y seguir creciendo.

Parte de la innovación que la compañía lleva a cabo tiene ya años desarrollándose, y esa característica les ha permitido ser más resilientes a las adversidades y también ser más dinámicos, actualmente ofrecen al mercado soluciones cloud y edge computing a través de Stratosphere por medio de nuevos modelos de negocio que han tenido crecimientos importantes, al igual que las demás soluciones que comercializan: Analytics & Data Management, Cybersecurity, Design & Printing, Hybrid Data Center y Mobility & Workplace, como lo son compra-venta, arrendamiento, As a Service, pay as you go, pago por servicio, pago por consumo, por ejemplo.

Miguel Ruíz, Director General de TEAM y de la Estrategia Stratosphere, enfatizó en que la empresa se ha redefinido como un integrador que hace negocios por medio de su ecosistema de teammates.

Su objetivo consiste en solucionar las necesidades de los clientes, ofrecer más valor y diferenciarse para ganar un mayor número de proyectos. “Estamos focalizando nuestros esfuerzos, energía e inversiones para la integración de soluciones, con base en la sinergia de nuestra especialidad, la de nuestros teammates y las soluciones, a fin de ir al mercado de una mejor forma”.



MIGUEL RUÍZ

En el ámbito de volumen, TEAM se ha concentrado en las soluciones digitales: “ha sido un reto el hecho de que algunas de las soluciones que contemplamos enfrenten problemas de escasez a nivel mundial, por ello hemos volteado más a los nuevos modelos de negocio, hacia nube y software, ya que ahí podemos asegurar la disponibilidad y rapidez de implementación a los clientes. Esta estrategia nos hace finalizar este 2021 llegando a nuestros números en forma general, y con buenas expectativas del portafolio de mayor valor que manejamos y con el cual nos diferenciamos”, comentó Ruíz.

Por medio del marketplace, Enlace Team, el mayorista facilita que los teammates sean autónomos y autosuficientes, administren sus compras en cualquier horario del día, puedan vender en otros países, entre otras virtudes; e incluso, cada vez se integran más marcas y soluciones para incrementar el negocio.

Algunas de las ventajas competitivas de TEAM consisten en que promueven la venta cruzada de soluciones y marcas, así como upselling, también continúan ampliando sus capacidades internas para mejorar los tiempos de respuesta que el mercado demanda y brindar mayor seguridad al canal Teammate.

TEAM es hoy en día una de las organizaciones con mayores casos de éxito y dinamismo; además, basado en una filosofía de poder hacer más en conjunto, buscan trabajar cada vez más en equipo con el teammate y fortalecer sus alianzas, lo apoyan para que éste desarrolle mayores capacidades y se especialice, y promueven el conjuntar conocimientos para abordar el mercado y brindar mejores servicios.

“Con los mayoristas tradicionales se busca precio, con nosotros pueden ganar proyectos de forma conjunta, y por ello los estamos ganando”, explicó Ruíz. Aunado a ello, continúan brindando apoyos al canal, como acompañamiento y acceso a líneas de crédito si se trata de un proyecto de mayor tamaño. Para el directivo, integrar soluciones y servicios, al mismo tiempo que se tiene experiencia con el canal al trabajar como socios, y conocer y emplear los nuevos modelos de negocio, es, más que un diferenciador, una característica única en el mercado.



“Si su negocio está funcionando, continúen, pero piensen siempre en cómo seguir construyendo; todo se mueve muy rápido, los negocios, las industrias y hasta nosotros, pero la industria de la tecnología de información y comunicación lo hace de una forma más veloz, y debemos poner el ejemplo como habilitadores de la innovación”.

“A los canales y teammates, los invitamos a transformarse en las nuevas tendencias y modelos de consumo, búsquennos, estamos creciendo, y estamos muy interesados y abiertos en poder innovar con ustedes, queremos seguir incrementando el negocio en conjunto”, finalizó el directivo.

Contacto:

www.teamnet.com.mx

55 3096 1100

digitalteam@teamnetmkt.com.mx

INNOVACIÓN LLAMA A LA PUERTA DEL CANAL DE DISTRIBUCIÓN E INTEGRACIÓN PARA UN **PRÓSPERO 2022**

Texto: Anahi Nieto

- **LA FORMA DE CONSUMIR TECNOLOGÍA SE TRANSFORMÓ, LA APUESTA DEBE ESTAR EN LOS NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO.**
- **LA INDUSTRIA TIC CERRARÁ EL 2022 CON UN CRECIMIENTO DEL 6.7%.**
- **LOS DISTRIBUIDORES DE TECNOLOGÍA CERRARÁN EL 2021 CON UN CRECIMIENTO DEL 10 AL 15%.**

altan pocos días para que este 2021 finalice, sin duda, un año retador para la industria TIC, pero también de recuperación en donde finalmente hay luz; por ello, y por ser esta la última edición en el año, vale la pena hacer un análisis para saber en dónde están parados hoy el canal de distribución e integradores, cómo se vislumbra el 2022, cuáles serán los desafíos que traerá, y por supuesto, cuáles son las recomendaciones que los expertos comparten para no sólo sobrevivir, sino innovar, crecer y fortalecerse.



Aun con baches, en comparación con el 2020, y en gran medida gracias a las vacunas, el 2021 ha sido un año positivo para la Industria de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), en especial en este cuarto trimestre, en el que las ventas en el sector siempre son buenas.

En la opinión de Claudia Medina, Gerente de Soluciones Empresariales para IDC México, aun durante la etapa más cruda de la pandemia, la Industria TIC fue una de las menos golpeadas, y hasta una de las pocas favorecidas, ya que todas las tecnologías, incluidas las de hardware, presentan crecimientos.

Estos últimos meses se consolidaron y maduraron las inversiones exprés realizadas por las empresas en el 2020 a causa de la acelerada digitalización que se vivió y con el fin de dar continuidad a sus negocios.

De acuerdo con Medina, las líneas con mayores crecimientos fueron Inteligencia Artificial (IA); IT Services (gestión de plataformas, desarrollo de aplicaciones); soluciones de colaboración; licenciamiento de software, en especial para cloud; e Infraestructura como

Servicio (IaaS), la cual crece a más del 35%, e involucra aquellos productos telecom para el sector empresarial.

IDC contempla que del 2020 al 2021, el crecimiento en la Industria TIC es del 3.6%, y prevé que para el 2022 alcance el 6.7%, aunque podría ser aún más positivo. Respecto al crecimiento acumulado para 2025 se estima ascienda al 12-13%, en especial por el licenciamiento cloud, servicios, infraestructura, y dispositivos que permiten la habilitación de las estrategias de trabajo híbrido, como notebooks, tabletas, entre otros.



¡Experimenta nuevos niveles de desempeño en gaming con la arquitectura revolucionaria de los procesadores Intel® Core™ de 12ª Generación!

La nueva **arquitectura híbrida** integra dos familias de núcleos en una sola CPU:

Núcleos de desempeño

Diseñados para cargas de trabajo más complejas e intensas como el gaming y la productividad.

Núcleos de eficiencia

Optimizados para manejar sin interrupciones las tareas secundarias.

Lo que ayuda a proporcionar:



Overclocking optimizado



Conectividad mejorada



Multitarea y streaming sin interrupciones



Encuéntrala ahora en distribuidores autorizados y lleva tu juego al siguiente nivel con la tecnología Intel®.

Consulta disponibilidad en:



Product Manager Intel
Edgar Herrera

✉ edgar.Herrera@ctin.com.mx
☎ 662.109.0000 Ext 465



Product Manager Intel
Hugo Sánchez

✉ vsanchez@grupocva.com
☎ 33.2832.2983



FABIOLA CRUZ

ESEMANAL TUVO LA OPORTUNIDAD DE CONVERSAR TAMBIÉN CON FABIOLA CRUZ, CONSULTORA EN SELECT, QUIEN COMPARTE LA VISIÓN SOBRE QUE EL 2021 HA SIDO DE RECUPERACIÓN, INCLUSO CONTEMPLAN QUE AL CIERRE DEL AÑO LOS DISTRIBUIDORES DE TECNOLOGÍA TENDRÁN UN CRECIMIENTO DEL 10 AL 15% COMPARADO CONTRA EL AÑO PASADO.

“EL PRÓXIMO AÑO TRAERÁ MÚLTIPLES OPORTUNIDADES PARA EL CANAL: HUBO MUCHOS PROYECTOS QUE SE QUEDARON DETENIDOS DURANTE LOS ÚLTIMOS MESES DEBIDO A QUE LA CONTINGENCIA SANITARIA EVITÓ QUE SE EJECUTARAN, Y AHORA LAS EMPRESAS COMIENZAN A RETOMARLOS; EL TRABAJO HÍBRIDO PROVOCARÁ TAMBIÉN QUE LAS ORGANIZACIONES REALICEN INVERSIONES EN LAS TECNOLOGÍAS QUE APOYEN SU ESTRATEGIA”, EXPLICÓ CRUZ.

Aunque existe una visión positiva del negocio, la ejecutiva de Select advirtió sobre los retos a los que se enfrentarán los distribuidores e integradores; estos deben incorporar en su portafolio nuevas soluciones enfocadas en ayudar a las empresas a solucionar sus necesidades, en especial en estos momentos en los que requieren consultoría y un habilitador de su estrategia de crecimiento; la velocidad en la que lleven a cabo esta adaptación será un gran reto.

Las tecnologías disruptivas como Big Data, Ciberseguridad e Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés) son la punta de lanza para la innovación en las industrias, una apuesta segura para invertir, al igual que la migración de licenciamiento on premise a soluciones en la nube y la infraestructura contratada como servicio.

“Observamos una migración en la forma de consumir la tecnología a la par que la nube registra crecimiento de dos dígitos, mientras que la venta de servidores está estancada en un momento en el que se instalan en el país múltiples data centers”.

Recientemente, Select concluyó una serie de entrevistas con los directores de sistemas de las compañías más importantes del país con el fin de conocer sus recomendaciones para el canal, en éstas destacan la especialización en la vertical donde ya se tenga presencia, que conozcan más



los negocios de sus clientes y estén familiarizados con las problemáticas que enfrenta cada industria. Otras recomendaciones que Fabiola Cruz compartió con el canal fueron no dejar de invertir en su capacitación en las nuevas tecnologías que trazan el camino hacia la innovación y estar atentos a los cambios que ocurran en la industria; también el aprovechar la ola de crecimiento del ecommerce si se atiende el mercado de consumo.

Por su parte, Claudia Medina, expuso que las compañías se deben reajustar financieramente antes de invertir en TI, lo cual es un reto para la cadena de valor de la industria tecnológica.

Por ejemplo, los sectores de banca y telecom controlaron sus inversiones en TI, pero se mantuvieron operando de la misma forma y continúan en recuperación, mientras que la manufactura vuelve a sus niveles de inversión prepandemia y regulan su operación paulatinamente.

Contrario a esos escenarios, el sector público y el transporte avanzan en una recuperación lenta, al igual que los servicios de consumo, servicios de hospedaje, hotelería, los cuales encuentran mayores retos para regresar a sus niveles de ingresos prepandemia, ya que deben hacer sentir

seguros a sus clientes y adaptarse a los requerimientos sanitarios.

Mientras tanto, los retos para los canales de la industria TIC son cambiar su mentalidad y comprender que las empresas ya no necesitan más productos, necesitan estrategias, ellos ya no pueden verse sólo como vendedores, sino que deben digitalizar su portafolio de productos y servicios, evolucionar sus modelos de negocio, y trabajar en conjunto con otros canales que se vuelvan sus aliados estratégicos para que juntos logren que los clientes alcancen sus estrategias.



CLAUDIA MEDINA

“Los canales deben evolucionar de ser proveedores a convertirse en aliados tecnológicos, teniendo en cuenta que la conversación ahora es multidisciplinaria y acorde a las necesidades de cada em-

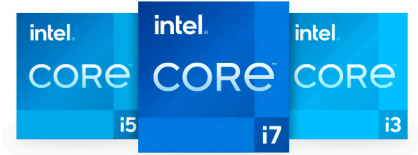
presa, involucrando a todas las áreas de ésta, no sólo a la de TI, con el fin de habilitar a toda la organización y áreas para tomar decisiones ágiles e informadas”, enfatizó Medina.

Las empresas están en una búsqueda constante de desarrollar y fortalecer iniciativas de digitalización que les permitan ofrecer objetivos y experiencias innovadoras, al mismo tiempo que les ayuden a ser resilientes y estar preparadas para afrontar cualquier adversidad que pueda impactar sus negocios.

“Las organizaciones no necesitan más proveedores de TI, necesitan aliados tecnológicos que las acompañen con el diseño, ejecución y seguimiento de sus estrategias; los canales deben habilitar la tecnología como el principal impulsor de la innovación y migrar hacia una venta más consultiva y estratégica”, finalizó.

El futuro para la industria TIC es próspero, brillante, lleno de demanda y crecimiento, pero es un momento coyuntural, donde es crítico que el canal se transforme y se convierta en el aliado de negocio que todos esperan encontrar.





Rendimiento y productividad.



HP ProBook 440 G8



Conoce más

Procesadores Intel® Core™

ESPECIALISTAS EN INNOVACIÓN

TEAM

Miguel Ruiz, Director General de la compañía y de la estrategia Stratosphere.

El mayorista se ha adaptado con éxito a los cambios que trajo consigo la pandemia ya que tenía años trabajando en la innovación de su negocio, comenzando con la transformación del concepto de mayoreo tradicional hacia un integrador de soluciones que hace negocios por medio de su ecosistema de partners.

Por medio del portafolio de servicios y soluciones de valor que ha consolidado, han logrado ganar proyectos y seguir creciendo; éste se compone por soluciones en cloud y edge computing a través de Stratosphere, y ciberseguridad, por medio de nuevos modelos de negocio que han tenido crecimientos importantes y continúan con buena expectativa, como lo son compra-venta, arrendamiento, As a Service, pay as you go, pago por servicio, pago por consumo, entre otros.

TEAM pone a disposición del canal su marketpalce, Enlace, promueve la venta cruzada y upselling, brinda acompañamiento y acceso a líneas de crédito si se trata de un proyecto de mayor

tamaño, apoyan al canal para que desarrolle mayores capacidades y se especialice, y promueven el conjuntar conocimientos para abordar el mercado y brindar mejores servicios, aspecto que lo ha convertido en una de las organizaciones con mayores casos de éxito.

“Invitamos a los fabricantes y canales a transformarse con las nuevas tendencias y modelos de consumo, búsquennos, estamos creciendo, y estamos muy interesados en poder innovar las soluciones con ustedes; queremos seguir incrementando el negocio en conjunto”, finalizó.

digitalteam@teamnetmkt.com.mx



TELEFÓNICA

Rafael González, Director de Negocio B2B para México.



La compañía cuenta con una oferta robusta en IoT que ayuda a las organizaciones en diferentes aspectos de su operación, al mismo tiempo que se procura disminuir el impacto en el medio ambiente; por ejemplo, con Smart M2M Solution: una plataforma puntera para la conexión, que ayuda

a la gestión y el control de las comunicaciones máquina a máquina (M2M), de una manera segura, flexible y fiable. Al igual que con las soluciones especializadas como Smart Connectivity: plataforma para gestionar toda la conectividad de los negocios; Smart Mobility: que integra herramientas de localización y monitoreo, tanto de vehículos como de personal en movimiento, con información en tiempo real de su ubicación y estado; Smart Retail: que ayuda a las empresas o retailers a que sus tiendas sean inteligentes; y Smart Energy: donde a través de dispositivos y sensores conectados, resulta posible medir la eficiencia energética para hacer un uso eficiente de ésta en donde se ahorre y se administre mejor.

Una de las principales virtudes de la organización consiste en ser una multinacional que opera en varios países y que cuenta con un portafolio de servicios digitales muy robusto con una experiencia y temática de mejores prácticas a nivel regional; además, son la única empresa que entrega estudios de mercado basados en el mercado de datos móviles de manera anonimizada.

Para los canales, disponen de un programa enfocado a IoT y otro a Cloud por medio de los cuales brindan soporte, un equipo de ingeniería y preventa, acceso a la plataforma de gestión, un portal para conocer las soluciones, descuentos por volumen, no tienen que hacer grandes inversiones en activos o inventarios, procuran su crecimiento.

“En Telefónica nos consideramos socios de nuestros clientes y partners, somos una empresa muy grande que se quiere posicionar como una plataforma comercial que brinda servicios digitales y de interacción de telecomunicaciones, queremos acercarnos, queremos aprender y crecer con ustedes, las puertas están abiertas para que juntos transformemos los negocios de los clientes”, concluyó el directivo.

movistarempresas@telefonica.com

TENDA

Gonzalo Alvarado, Selling Manager para México.



El fabricante apuesta por innovar su oferta, comenzando por el reciente lanzamiento en el país de la línea de enrutadores AX3000 Gigabit Wi-Fi 6 de doble banda, la cual se compone por los equipos TX9 PRO y RX9 PRO, los cuales brindan múltiples ventajas a los usuarios finales, y ya se encuentran disponibles con los mayoristas CT Internacional y Grupo CVA. Aunado a ello, se encuentran desarrollando aplicaciones que permitan a los clientes conocer el control de sus productos.

Parte de los diferenciadores de la compañía consisten en la calidad de sus productos, la garantía que ofrecen de dos años en todos ellos, un costo más accesible que el de la competencia, al mismo tiempo que se involucran las nuevas tecnologías en el portafolio que les permite posicionarse mejor en México como una marca importante en el ámbito de redes.

El canal de distribución e integración es vital para la compañía, y por ello están invirtiendo en consolidar un equipo que tenga presencia en los diferentes sectores del país para acercarse a los partners y conocer así su retroalimentación sobre sus necesidades y ofrecerles una mejor solución.

El directivo comentó: “el equipo de sell out será muy importante en 2022, ya que se acercarán al canal para apoyarlos con capacitaciones, material publicitario, las garantías, entre otros aspectos; será un desarrollo importante para los clientes y para que estén seguros de que estar con Tenda es la mejor solución.

“Los invitamos a que conozcan nuestro catálogo y prueben nuestros productos, y que el próximo año se acerquen a los eventos que estaremos organizando como giras con showrooms y capacitaciones. Agradecemos la confianza que han tenido con la marca, y esperamos que en este 2022 sigamos satisfaciendo sus necesidades”, concluyó.

La innovación en routers llega a México con la línea WiFi 6 de **Tenda**

All for better networking.

IP

- LAS VENTAJAS PARA LOS USUARIOS SON MÚLTIPLES, CON MAYOR VELOCIDAD DE CONEXIÓN, SEGURIDAD, APP DE MONITOREO, ENTRE OTRAS.
- PREPARAN EXPANDIR LA LÍNEA CON MÁS PRODUCTOS.
- EN EL 2022 APUESTAN POR AMPLIAR SU ECOSISTEMA DE CANALES.

Recientemente, Tenda lanzó en México su línea de routers Wi-Fi 6 de doble banda, que por el momento se compone por los equipos TX9 PRO y RX9 PRO, los cuales ya se encuentran disponibles con los mayoristas CT Internacional y Grupo CVA. Ángel Díaz, miembro del Staff de Soporte Técnico de Tenda México, explicó que los nuevos equipos representan mejoras relevantes en cuanto a la conectividad, comenzando con la tecnología BSS Coloring, que se encarga de asignar un color a los distintos dispositivos conectados a la misma red para atenderlos y evitar que ocurra pérdida de información o interferencias con otras redes WiFi que puedan estar cerca.

Tenda
All for better networking.

6 Wi-Fi

DISPONIBLE EN MÉXICO
Router AX3000 Gigabit Wi-Fi 6 de doble banda
RX9 Pro / TX9 RO



La seguridad es otro aspecto competitivo en la línea de WiFi 6, ya que se refuerza al integrar WPA3, la nueva generación estándar de protección que proporciona un avance en la encriptación, incluso si la contraseña de los dispositivos es débil, el cifrado ayudará a prevenir un hackeo.

“En la actualidad, múltiples dispositivos se conectan a la misma red de Internet, por lo que resulta necesario contar con un mayor ancho de banda; nuestros nuevos lanzamientos cuentan con dos bandas, una de 2,4 GHz que puede mandar hasta 574 Mbps por segundo, y la otra de 5 GHz, que logra 2402 Mbps por segundo, asegurando una velocidad de transmisión ultrarrápida”, detalló el especialista.

En tanto, la tecnología OFDMA se encarga de agrupar las peticiones de los dispositivos en un mismo paquete de forma simultánea, en lugar de hacerlo en varios subcanales, haciendo más fluida la conversación y reduciendo la latencia.

En combinación con MU MIMO, característica que permite la conexión a múltiples usuarios con múltiples entradas y salidas, resulta posible admitir a más clientes desde el mismo dispositivo y tener una eficiencia mayor en la red con entornos congestionados.

Aunado a ello, Díaz mencionó que con el fin de prolongar el tiempo de vida de cada uno de los componentes de los equipos TX9 PRO y RX9 PRO, disponen de la función TWT (Target Wake-up Time). “Este tipo de protocolo ayudará a que el dispositivo en automático detecte cuando no esté siendo utilizado para entrar en modo ‘siesta’, y volver a operar de forma inmediata cuando se vuelva a usar”.

La novedosa línea cuenta además con cuatro módulos FEM con amplificación de señal independiente que funcionan con cuatro antenas externas omnidireccionales de doble banda de 6dBi para proporcionar una cobertura WiFi más amplia.

Un plus que acompaña a los dispositivos es la aplicación de Tenda para teléfonos inteligentes, con ella se pueden monitorear en tiempo real y crear múltiples aspectos de los routers, entre mejoras y funciones técnicas que están disponibles.

Aunado a lo anterior, los equipos muestran otras características competitivas como red de invitados, función de temporizador, control parental, horario de WiFi, entre otras.

“Los dispositivos se alinean con las tendencias del mercado e integran múltiples funciones que apoyan a los usuarios en su día a día. Por ejemplo, para las personas que trabajan en un coworking, la seguridad podría ser un tema complicado debido a los usuarios de otras compañías y las aplicaciones que se utilizan; sin embargo, la línea de WiFi 6 puede protegerlos”: Ángel Díaz.



“Además, a causa del incremento en el tráfico de la red con la cantidad de dispositivos conectados, el Internet de las Cosas, los servidores, el big data, entre otros, cada vez se requiere un mayor ancho de banda, y todos tendremos que migrar eventualmente hacia el WiFi 6 y hay muchos

beneficios y oportunidades en ese sentido, en especial con este tipo de equipos que ofrecen mayores virtudes al usuario final y que buscan apoyar a las Pequeñas y Medianas Empresas, al igual que a las personas que trabajan o estudian desde casa para que no tengan que hacer un gasto excesivo en la implementación de estas soluciones”, enfatizó Díaz.

ÁNGEL DÍAZ

Tenda ofrece gran calidad en sus productos y dos años de garantía en todos ellos, y sigue innovando su oferta para posicionarse en México como una marca importante en el ámbito de redes, así como en el desarrollo de aplicaciones que permitan al cliente tener control de los productos.

Por su parte, Gonzalo Alvarado, Selling Manager en Tenda México, enfatizó en que el canal es vital para la compañía y por ello están invirtiendo en consolidar

un equipo que tenga presencia en los diferentes sectores del país para acercarse a los partners y conocer su retroalimentación sobre sus necesidades y brindarles una mejor solución.

“El equipo de sell out será muy importante en 2022, ya que se acercarán al canal para apoyarlos con capacitaciones, material publicitario, las garantías, entre otros aspectos; será un desarrollo importante para los clientes y para que estén seguros de que estar con Tenda es la mejor solución”, indicó.



GONZALO ALVARADO

“Los invitamos a que conozcan nuestro catálogo y prueben nuestros productos, y que el próximo año se acerquen a los eventos que estaremos organizando como giras con showrooms y capacitaciones. Agradecemos la confianza que han tenido con la marca, y esperamos que en este 2022 sigamos satisfaciendo sus necesidades”: Gonzalo Alvarado.



Gonzalo Alvarado Salazar
Sell In Manager CDMX
55 4367 2255
gonzalo.alvarado@tenda.cn

Ángel Adán Díaz Flandes
Senior Technical Support Executive
angel.diaz@tenda.cn



Una alianza potente contra ataques DDoS

IP

- ADVANCED DNS PROTECTION (ADP), DNS TRAFFIC CONTROL, THREAT INSIGHT Y BLOXONETHREAT DEFENSE, LAS SOLUCIONES QUE MARCAN EL CAMINO EN LA EVOLUCIÓN DE LA SEGURIDAD DIGITAL
- EL ECOSISTEMA DE CIBERSEGURIDAD FUNGE COMO UNA ESTRATEGIA INTEGRAL QUE TIENE COMO PUNTA DE LANZA AL DNS

La compañía líder en DDI Infoblox ofrece soluciones de protección integral a prueba de DDoS (Ataque de Denegación de Servicio), apalancado desde su socio SYNNEX Westcon-Comstor, lo que no sólo proporciona certeza en la continuidad de los negocios para las empresas, sino que también apertura oportunidades de alto valor para los canales, en un mercado que crece aceleradamente y con futuro prometedor si se cuenta como aliado a Infoblox.

Las brechas en ciberseguridad son un problema constante con el cual deben lidiar las empresas y que ponen en riesgo la continuidad de sus operaciones, siendo los DDoS uno de los ataques con mayor frecuencia y de graves afectaciones en caso de infectar los equipos, es por ello que Infoblox, dedicada a los temas de seguridad y automatización de TI, por más de 20 años, se ha dado a la tarea de desarrollar un portafolio que protege de este tipo de amenazas, al respecto, Francisco Osornio, Senior Solution Architect México en Infoblox, explicó: "Infoblox detiene ataques de DDoS que son los más comunes en las noticias, pero también mitiga y protege de ataques no volumétricos que son los más comunes y algunas veces más dañinos y peligrosos".

En seguridad DDoS, Infoblox impulsa oportunidades para los canales

Así bien, la magnitud de las afectaciones está sujeta a la inhabilitación de actividades por parte de las empresas, siendo que un ataque podría suponer una afectación grave el momento de publicar direcciones de servidores web y de correo; teniendo esto en consideración, las soluciones que Infoblox, a través de su socio estratégico SYNnex Westcon-Comstor, acerca a los canales no solo mitigan los devastadores ataques DDoS, sino que les ofrece convertirse en un asesor de confianza para proveer certidumbre en la continuidad de los negocios. “El canal de distribución se vuelve un asesor de confianza de sus clientes al ayudarlos desde el punto de vista de seguridad de DNS, para sus aplicaciones y para sus usuarios, al mantener la continuidad del negocio, seguir siendo competitivos, a optimizar recursos, generar ahorros operativos y financieros, así como mejorar la reputación de sus clientes al contar con una infraestructura robusta y segura, desde el punto de vista del DNS”: puntualizó Enrique León Romero, Channel Account Manager Latin America en Infoblox.



ENRIQUE LEÓN ROMERO

“Infoblox le permite al canal robustecer su propia oferta estratégica para extender su presencia en cualquier tipo de sector, en un mercado donde la ciberseguridad debe ser considerada como parte medular y prioridad en el negocio de las organizaciones, lo que va a permitir tener más clientes y generar más utilidades”: Enrique León Romero.

Es importante destacar que el desarrollador cuenta con un esquema dividido en tres niveles, en los que ofrece descuentos a sus partners según su compromiso: (Authorized, Gold y Platinum). Aunado a esto, el registro de oportunidades proporciona mejores condiciones comerciales, de acuerdo al tipo de proyecto; es decir, si es una cuenta nueva, un proyecto estratégico, por el tipo de cuenta, sector, reemplazar a la competencia y más.

“Nuestros competidores sólo realizan alguna de las siguientes tareas: Reducir la interrupción del servicio DNS manteniendo la disponibilidad de las aplicaciones y los servicios, incluso bajo ataque; Adaptarse a la evolución de los ataques y amenazas, así como mitigar amenazas para proteger la infraestructura identificando los patrones y las fuentes de los ataques; pero nosotros tenemos la experiencia, el conocimiento y soluciones adecuadas en una misma tecnología, lo que nos convierte no sólo en la mejor, sino en la única solución que ofrece todo”: Francisco Osornio.



FRANCISCO OSORNIO

Soluciones para ciberseguridad de Infoblox en SYNnex Westcon-Comstor:

- **Advanced DNS Protection (ADP):** Esta solución ayuda a detener ataques volumétricos como los generados en un evento de DDoS y ataques no volumétricos.
- **DNS Traffic Control:** Permite balancear aplicaciones sin disponer de un balanceador, simplificando arquitecturas y por supuesto, bajando los precios en los proyectos de los clientes.
- **Threat Insight:** Realiza una verdadera inspección profunda mediante inteligencia artificial y machine learning dentro de cada consulta de DNS para identificar y bloquear robos de información.
- **BloxOneThreat Defense:** Permite a las empresas proteger a sus empleados de malware, ransomware, phishing, amenazas persistentes, exfiltración de información e incluso de navegar en sitios prohibidos por políticas de uso de los dispositivos. Es decir, protección desde cualquier lugar que se conecte a internet.

La solución de Infoblox, es de tal amplitud y complejidad que es posible automatizar las tecnologías mediante su ecosistema de ciberseguridad que utiliza al DNS como primera línea de defensa, en otras palabras, es una estrategia integral de seguridad y no sólo productos; lo anterior está apalancado por un equipo certificado en ventas, preventas y postventa, con la intención de que el canal fortalezca sus conocimientos y amplíe sus oportunidades de negocio desde la instalación, mantenimiento y soporte de las mismas, además de contar con financiamiento a través de SYNnex Westcon-Comstor.

“Contamos con un equipo de apoyo en México que hace acompañamiento de ventas y de preventa a los canales, para la detección y desarrollo de oportunidades de negocio, proceso vital, en lo que el canal cuenta con la autosuficiencia para desarrollar sus propios proyectos; además, a través de nuestro mayorista de valor (SYNnex Westcon-Comstor), se ofrecen alternativas relacionadas al financiamiento de nuestra oferta, capacitación, recursos preventa, generación de demanda y más”: Enrique León Romero.

El especialista invitó a los canales a conocer con mayor detalle la oferta, al tiempo que ayudan a sus clientes a robustecer las estrategias de ciberseguridad, aprovechando el expertise de seguridad que ya tienen, protegiendo al negocio y a sus usuarios desde el DNS.

Infoblox proporciona experiencias modernas de seguridad y de red nativas en la nube que son simples, automatizadas, escalables y confiables para cualquier tipo de ambiente. Es por eso que son líder en el mercado con más de 12 mil clientes a nivel mundial, incluyendo más del 70% de las empresas de Fortune 500. Su oferta de SaaS, Centro de Datos y ambientes híbridos, les permiten a las organizaciones alrededor del mundo aprovechar las ventajas de las arquitecturas en sitio y/o basadas en la nube.



Pamela Castellanos

Vendor Business Manager, México

ilsev@synnex.com

55 7975 7784

Enrique León Romero.

Gerente de Canales para Latinoamérica en

Infoblox

eleonromero@infoblox.com

GUÍA DE COMPRA

SOLUCIONES DDoS

Los ciberataques siguen escalando de manera considerable año con año y las compañías deben contar con una protección especializada para dar continuidad al negocio, es por ello que soluciones contra los ataques de denegación de servicio (DDoS), son piezas importantes en el armado de una estrategia de seguridad y **eSemanal** presenta algunas soluciones para que el canal las tome en cuenta al momento de integrar un proyecto.

Texto: **Raúl Ortega**

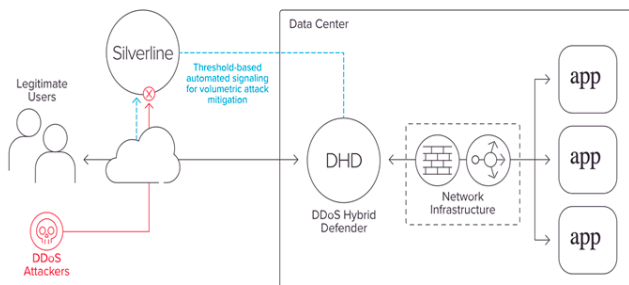
F5

DDoS Hybrid Defender

Características: Ofrece una gran profundidad para defender contra ataques de denegación de servicio distribuidos, defensa multicapa que detecta y protege contra ataques sofisticados. Habilita descifrado de tráfico SSL, cuenta con capacidades anti-bot y métodos avanzados de detección en una sola solución. Entrega desempeño, protegiendo las aplicaciones críticas sin afectar el tráfico legítimo.

Soporte: Incluido en la solución.

HYBRID DEPLOYMENT WITH AUTOMATED SIGNALING

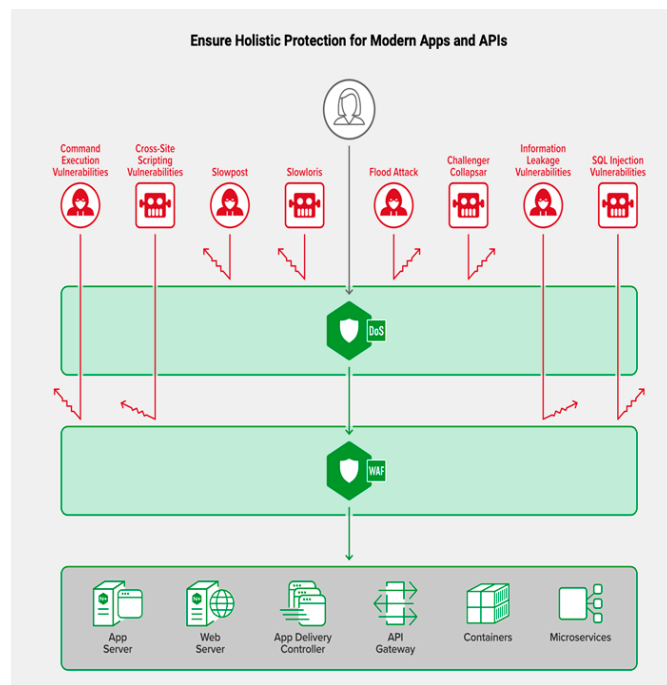


F5

NGINX App Protect DOS

Características: Es una solución de seguridad que trabaja transparentemente en ambientes DevOps, para brindar protección contra ataques DDoS. Apoyando a entregar aplicaciones seguras desde el código hasta el consumidor.

Soporte: Incluido en la solución.



GUÍA DE COMPRA

Fortinet FortiDDoS

Características: Protege contra los ataques conocidos y de día cero con muy baja latencia, es fácil de implementar y administrar e incluye herramientas integrales para crear informes y análisis. Forma parte de la plataforma Fortinet Security Fabric lo que ofrece una protección integral y comprobada.

Soporte: Tres meses (Servicio FortiCare puede extender a 12, 24, 36, 48, 60 meses o más).



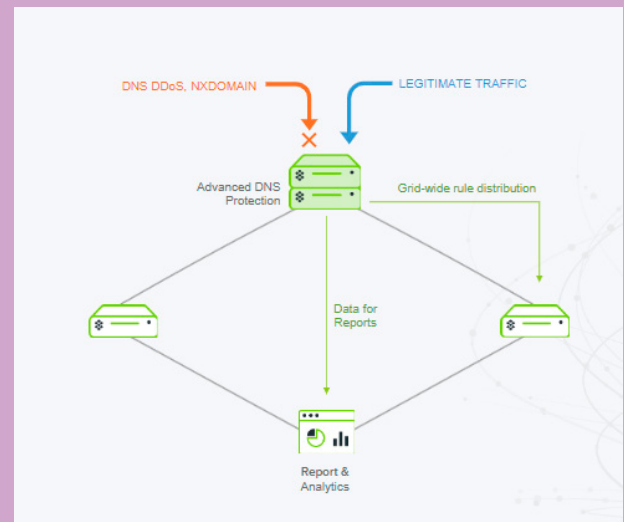
Infoblox

Advanced DNS Protection

Características: Monitorea el tráfico de DNS para detectar y bloquear todo tipo de ataques basados en DNS, incluidos los ataques de amplificación y reflexión, que pueden apagar una red.

Soporte: Un año.

eleonromero@infoblox.com



NETSCOUT®

Guardians of the Connected World

y sus soluciones holísticas para DDoS **revolucionan el mercado de ciberseguridad**

IP

- **LA BASE DE DATOS CENTRAL ATLAS INTELLIGENCE FEED, EL SOPORTE PARA LAS SOLUCIONES ANTI DDoS DE NETSCOUT**

- **OFRECE MÁRGENES DE GANANCIA ARRIBA DEL PROMEDIO**

- **ALREDEDOR DE 10.5 MILLONES DE ATAQUES DDoS SE DETECTARON A MEDIADOS DE 2021 Y EL NÚMERO VA EN ASCENSO**

Netscout se encumbra como referente en ciberseguridad, con un portafolio que proporciona certeza a las empresas en la continuidad de sus negocios, resguardando su información y protegiendo de ataques DDoS (denegación de servicio), que en el último año se registraron alrededor de 10.5 millones en el mundo, lo que también da cuenta de la oportunidad de negocio que existe para los canales y la marca está en la mejor disposición de impulsarlos con certificaciones y otras herramientas que les permitirán ganar, en un mercado que demanda fuertemente soluciones robustas de ciberseguridad y Netscout las tiene.

Un ataque de denegación de servicio (DDoS) se vale de distintas técnicas, para lograr saturar las conexiones hacia un servicio en particular hasta hacerlo indisponible, lo cual evidentemente inhabilita la operatividad de las empresas y genera pérdidas, es por ello que ofertas holísticas como las de Netscout, resultan ser invaluable en un mundo digital donde el desbordamiento de amenazas DDoS crece exponencialmente, al respecto, Jorge Tsuchiya, Director Regional para México en Netscout Systems, explicó el portafolio y sus alcances: “Tenemos el portafolio completo de soluciones anti DDoS; es decir, cubrimos la red del Service Provider (carriers) y la parte corporativa, cerrando el círculo de protección en ambos sentidos; primero hacemos la detección y mitigamos para el Service Provider, ya que estos buscan hacerse cargo de los ataques volumétricos y a continuación de los ataques dirigidos hacia las aplicaciones y servicios de la empresa, para contenerlos, limpiar el tráfico y mantener disponibles sus servicios digitales”.

“En un ataque masivo y en caso de no tener contratado el servicio con el Service Provider, podrían filtrarse esos ataques, por lo que el dispositivo se encarga de detectarlos, contenerlos y limpiar el tráfico hacia el servicio, dejando pasar aquellas conexiones que sí tienen validez. Por otro lado, están los ataques dirigidos que son mejor diseñados, aunque nosotros también tenemos la capacidad de detectarlos y limpiar esos ataques hacia las aplicaciones”: Jorge Tsuchiya.

Los años de experiencia de Netscout le han permitido, no sólo cuidar a las organizaciones de los ataques DDoS en dos frentes, los masivos para los Service Providers y de las empresas en el borde de la red, sino que la protección que proporciona también contempla escenarios en combinación; es decir, conjunta la solución de los proveedores de servicio y de las empresas. “Está la solución del Service Provider y está la solución funcionando de las empresas en el borde de la red, por lo que, si el ataque volumétrico no alcanza a ser detectado por la red del proveedor de servicio y sí lo identifica el borde en la red del cliente, en ese momento el dispositivo envía una señal al Service Provider para darle las características y origen del ataque, así señala mediante la nube para que éste conozca y se haga cargo de ese ataque en particular”: detalló el Director Regional para México en Netscout Systems.

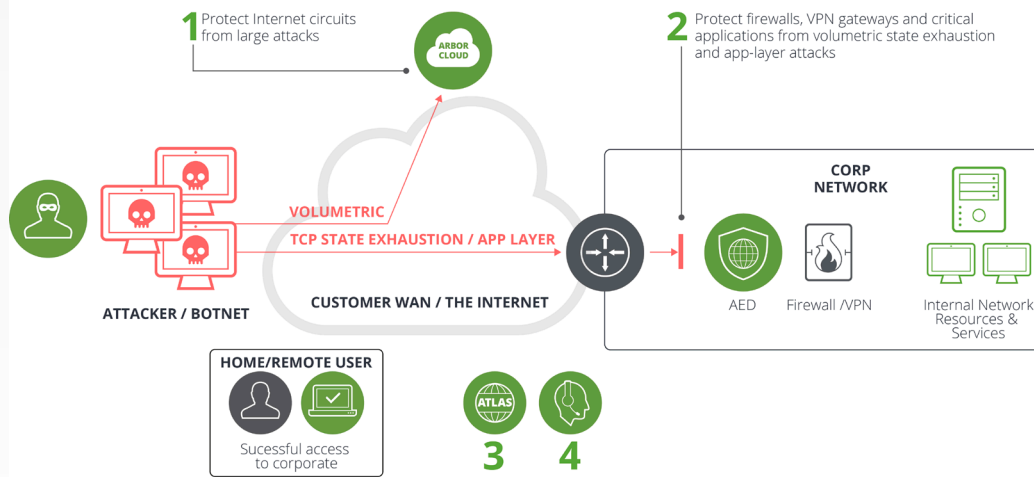
Protección y alto valor con Netscout

Netscout es un referente en la industria TI, en particular en seguridad, y en la gestión de rendimiento de aplicaciones y redes y se ha convertido en un hito, lo cual se ha ganado no sólo con años de experiencia, sino con una visión de largo alcance e innovadora, logrando un portafolio robusto y altamente diverso con soluciones de clase mundial, que descansan en características únicas de la marca, entre las que se encuentran: el conocimiento y detección a detalle de los tráficos anómalos, contar con una base instalada en los Service Providers que, garantiza detectar los ataques existentes y los nuevos, con ello también se alimenta una base de datos central Atlas Intelligence Feed (AIF), que se nutre de información de la base instalada de Netscout alrededor del mundo, con empresas de investigación, desarrolladores y dispositivos que la marca coloca con la intención de ser vulnerados y así aprender lo que está sucediendo en la red.

“Tenemos múltiples formatos con los que vamos conociendo el tráfico del internet y observamos las anomalías que están ocurriendo en el mismo, de esa manera, alimentamos nuestra base de datos que a su vez es distribuida hacia nuestra base instalada y así, nosotros tenemos de primera mano el tipo de tráfico y lo más nuevo sobre las anomalías que están sucediendo en internet”: Jorge Tsuchiya.



Arbor Smart DDoS Protection Enables Remote/Home User Access to Corporate Resources



Netscout: Un portafolio contra DDoS y más

- **Soluciones anti DDoS:** Arbor Sightline, Arbor Sightline con Insight, Arbor Sightline With Sentinel, Arbor Threat Mitigation System, Arbor Edge Defense, Arbor Cloud, Arbor Managed Services y Arbor Global Threat Intelligence.
- **Omnis Cyber Intelligence (OCI):** Omnis Cyber Investigator, Omnis IDS, nGenius Decryption Appliance, Omnis Threat Horizon y PFS Packet Broker.
- **Enterprise:** nGeniusONE for Enterprise, InfiniStreamNG, Edge Adaptor, nGeniusPULSE, nPoint, vSTREAM y PFS Packet Broker

La solución de extremo a extremo, es otra de las características que refuerzan la capacidad de gestión de tráfico de la compañía, lo cual puede realizarlo con appliance o bien, desde la nube y lo lleva al mercado con el apoyo de los canales, a quienes provee de capacitaciones y certificaciones para potenciar sus oportunidades en el mercado, así lo refirió el directivo: “Les proporcionamos mucho material y certificaciones, de modo que los canales puedan contar con una postura sólida ante las oportunidades que están afuera, por lo que, proporcionales las herramientas es de la mayor relevancia para Netscout, ya que esto les permite tener la capacidad técnica y comercial para operar proyectos anti DDoS, además, un área que está creciendo en la industria TI es la seguridad, por lo que, los márgenes con los que operan nuestros canales son bastante sanos, eso nos ha permitido mantenernos dentro de las preferencias”.

Finalmente, el director recordó que la marca actualmente trabaja con los mayoristas Adistec, MAPS y SYNEX Westcon-Comstor, asimismo reafirmó el compromiso que Netscout tiene con sus socios y el trabajo que realiza, comenzando con una constante actualización sobre las tendencias en seguridad y añadió: “Hasta la mitad de 2021, emitimos un reporte donde aproximadamente, tuvimos la posibilidad de detectar 10.5 millones de ataques de denegación de servicio (DDoS) en el mundo y el número se está incrementado de manera constante, por lo que hoy más que nunca, el gran negocio en las tecnologías de la información, se encuentra en seguridad y aunque es un camino que requiere de muchas capacidades técnicas y certificaciones, los beneficios son mayores; entre más misterio más margen”.

“Los márgenes que pueden obtener los partners, en general, están por encima del promedio de la industria TI. Nuestros canales están cómodos en términos de rentabilidad al comercializar nuestra marca”: Jorge Tsuchiya.

www.netscout.com

559171 1828

flor.morales@netscout.com

GUÍA DE COMPRA

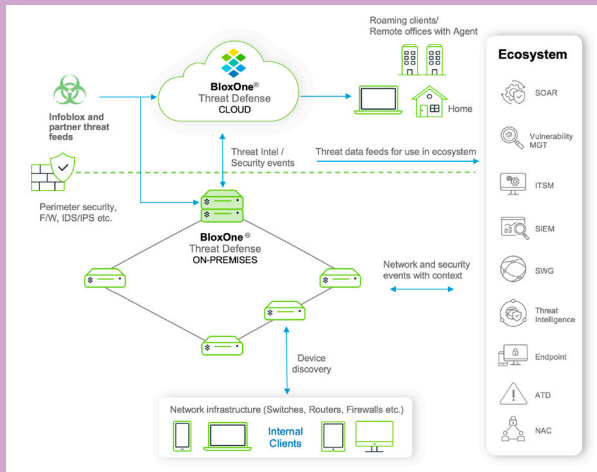
Infoblox

BloxOne Threat Defense

Características: Aprovecha la tecnología de inteligencia artificial y la inteligencia de amenazas actualizada para monitorear el tráfico de DNS, detener la actividad maliciosa y mantener la red segura.

Soporte: Un año.

eleonromero@infoblox.com



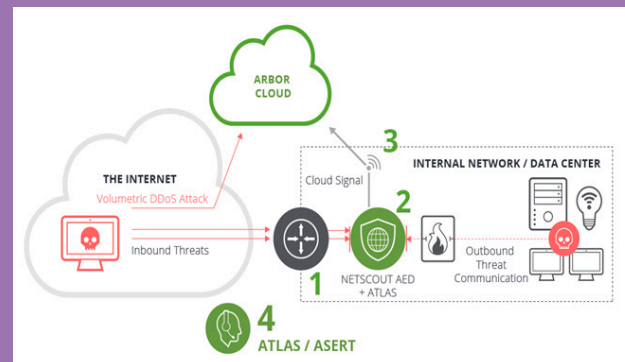
Netscout

AED – Arbor Edge Defense

Características: La posición de AED en el borde de la red (es decir, entre el enrutador y el firewall), su motor de procesamiento de paquetes sin estado y la inteligencia continua sobre amenazas basada en la reputación que recibe de Atlas de Netscout Threat Intelligence o de terceros, habilita la detención automática de ambas amenazas entrantes, como ataques DDoS y comunicación saliente de un elemento comprometido interno del tipo 'command & control (C2)'. AED actúa esencialmente como la primera y última línea de defensa para las organizaciones.

Soporte: Anual.

flor.morales@netscout.com



WatchGuard M290

Características: Combina seguridad, rendimiento y herramientas de administración flexibles en una solución accesible para pequeñas y medianas empresas y empresas distribuidas. El M290 tiene rendimiento de firewall de 5,8Gbps y 8 puertos de 1G. Además, proporciona una visibilidad de la actividad de red sin precedentes y sin costo adicional.

Soporte: Tiempo de venta tres años, soporte de cinco años.



WatchGuard M590

Características: El M590 tiene rendimiento de firewall de 20Gbps con 6 puertos de 1G y 2 puertos SFP. Además, proporciona una visibilidad de la actividad de red sin precedentes y sin costo adicional.

Soporte: Tiempo de venta tres años, soporte de cinco años.





MONITOR GAMER CURVO ACER AOPEN HC5



• EL LABORATORIO DE PRUEBAS DE ESEMANAL ANALIZÓ EL MONITOR ESPECIALIZADO PARA GAMING AOPEN 27HC5R SERIE HC5 DE ACER DE 27 PULGADAS, CON UNA RESOLUCIÓN DE 1920X1080 Y TECNOLOGÍA FREESYNC PREMIUM.

Texto: Francisco Mejía

Visto desde el punto de diseño y presentación externa, este monitor dirigido al segmento gamer, tiene un buen diseño estándar, casi sin bordes. Aunque la base es de plástico y bastante simple, el brazo es de metal, y aunque a la hora de armarlo no da precisamente una sensación de firmeza, sirve bien a su propósito. Un punto en contra, al menos para mi gusto es que no tiene opción de variar la altura, no puede levantarse ni girarse. Cuenta con dos entradas HDMI, una DP y una salida de audio sencilla, no tiene bocinas incluidas.

En la práctica, el panel de terminación mate evita la mayoría de los reflejos al utilizarlo en ambientes con mucha luz y con su ángulo de visión permite ver las imágenes sin ningún problema desde casi cualquier posición.

Después de 5 horas de juego no se notó molestia por el flicker de la pantalla, por lo que su anuncio de tecnología flicker-less realmente funciona, aunque en la práctica este tipo de molestias puede variar dependiendo de cada persona. Y el hecho de que se anuncia también como AMD FreeSync permite sincronizar los FPS que envía la tarjeta de video con lo que se muestra en pantalla evitando distorsiones en la imagen mientras se juega.



Algo importante es que para obtener los 165Hz de refresco deben utilizar el puerto DP, ya que si lo conectan por HDMI tiene un límite de 144Hz, por lo que para obtener una experiencia de juego excelente y aprovechar la actualización de 165Hz, es solo para aquellos que tengan mejores tarjetas gráficas.

AMANERA DE RESUMEN, ES UN MUY BUEN PRODUCTO Y LA VERDAD ES QUE LA EXPERIENCIA VISUAL ES MUY BUENA, ASÍ COMO LA CALIDAD DE LA IMAGEN Y LA PROFUNDIDAD DE LOS COLORES. EL PUNTO DE SER UN MONITOR CURVO, CAE DENTRO DE LA APRECIACIÓN PERSONAL, PUES AL PRINCIPIO LA FALTA DE COSTUMBRE PUEDE HACER PARECER QUE NO HAY GRAN DIFERENCIA CONTRA UNO PLANO. PERO FINALMENTE SE NOTA QUE SU CURVATURA PROVOCA UNA SENSACIÓN DE MEJORA EN EL CAMPO DE VISIÓN Y LA SENSACIÓN DE INMERSIÓN. EL MONITOR SOLO TIENE UN TIEMPO DE RESPUESTA DE 5 MS. Y PARA JUEGOS COMO FORNITE, APEX LEGEND Y OTROS SIMILARES, DA UNA GRAN EXPERIENCIA DE JUEGO.

ESPECIFICACIONES CLAVE:

Resolución: HDMI: 1920 x 1080 a 144 Hz, DP: 1920 x 1080 a 165 Hz (con overlocking)

Tipo de panel VA de 27" color negro

Tiempo de respuesta 5 ms

Brillo: 250 (típ.)/225 (min) nits (cd/m²)

Profundidad de Color: 16, 7 millones de colores

Angulo de visión: 178° (H), 178° (V)

Inclinación: -5° - 20°

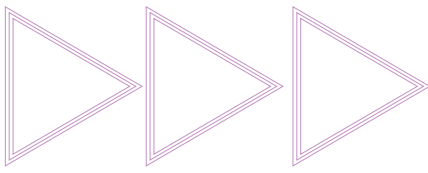
Audio: No

- Instalación: ★★★★★
- Facilidad de uso: ★★★★★
- Funciones: ★★★★★
- Diseño: ★★★★★

FABRICANTE: AOPEN BY ACER
MODELO: 27HC5R
MERCADO SUGERIDO: GAMER

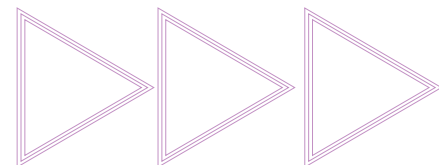


mex.ventascanal@acer.com



PORTAFOLIO DE MONITORES GAMING ACER

PRODUCT	BRAND	PN	SIZE	MODELO	DESCRIPTION	KSP 1	KSP 2	KSP 3
Monitor Gaming	Acer	UM.QV0AA.P01	Gaming 23.8"	VG240Y PBIIP	ACER MONITOR VG240Y GAMER; PANTALLA 23.8" FHD 1920X1080 144Hz; 1MS; HDMI, DP, VESA; NO BOCINAS; AMD RADEON FREESYNC; 3 AÑOS DE GARANTIA, ZERO FRAME, COLOR NEGRO	Con una frecuencia de actualización de 144 Hz y tecnología Mejora de respuesta visual (VRB, por sus siglas en inglés) de 1 ms, disfrutarás de unas partidas fluidas y prácticamente sin distorsión.	Radeon FreeSync acaba con las partidas a tirones y los fotogramas caídos con un rendimiento fluido y libre de artefactos a prácticamente cualquier velocidad de fotogramas.	No te compliques con los botones. Cambiar la configuración del monitor fácilmente con el software de utilidades Acer Display Widget
Monitor Gaming	Acer	UM.UE2AA.A01	Gaming 23.6"	ED242QR Abidpx	ACER MONITOR CURVO ED242QR Abidpx GAMER; PANTALLA 23.6" FDH 1920X1080 144Hz; 4MS; DVI, HDMI, DP; AMD RADEON FREESYNC; 3 AÑOS DE GARANTIA; COLOR NEGRO	La pantalla curva 16:9 te envuelve en un mundo de entretenimiento con cada esquina de la pantalla a la misma distancia de tus ojos para una experiencia visual uniforme sin puntos ciegos.	Radeon FreeSync acaba con las partidas a tirones y los fotogramas caídos con un rendimiento fluido y libre de artefactos a prácticamente cualquier velocidad de fotogramas.	La tecnología Acer Flicker-less y BlueLightShield ofrecen una experiencia visual sin fluctuaciones y reducen el impacto de la irritante luz azul en los ojos.
Monitor Gaming	AOPEN	UM.HW5AA.P01	Gaming 27"	27HC5R Pbiipx	AOPEN MONITOR CURVO 27HC5R Pbiipx GAMER; PANTALLA 27" FHD 1920X1080 CON DP 165HZ; CON HDMI 144Hz; 5MS; HDMI, DP, AMD FREESYNC; 3 AÑOS DE GARANTIA; COLOR NEGRO	Con Radeon FreeSync, la velocidad de fotogramas del monitor se sincroniza con la de la tarjeta gráfica, lo que elimina el tearing de la pantalla y ofrece una experiencia de juego extremadamente fluida.	Experimenta una partida más envolvente y cinematográfica, y reduce la fatiga ocular con una elegante pantalla curva de 1500R.	Disfruta de una visualización extremadamente fluida, con un procesamiento de fotogramas más rápido y un retraso de entrada menor gracias a la frecuencia de actualización de 165 Hz
Monitor Gaming	AOPEN	UM.JW5AA.P01	Gaming 32"	32HC5QR PBIIPX	AOPEN MONITOR CURVO 32HC5QR PBIIPX GAMER; PANTALLA 31.5" FHD 1920x1080 CON DP 165HZ; CON HDMI 144Hz; 5MS; HDMI, DP, VESA; AMD FREESYNC; NO BOCINAS; 3 AÑOS DE GARANTIA	Con Radeon FreeSync, la velocidad de fotogramas del monitor se sincroniza con la de la tarjeta gráfica, lo que elimina el tearing de la pantalla y ofrece una experiencia de juego extremadamente fluida.	Pantalla curva 1800R Adéntrate en el mundo del juego con detalles más nítidos y colores más precisos.	Disfruta de un juego más claro y envolvente sin borrosidad gracias a un tiempo de respuesta rápido de 5 ms.
Monitor Gaming	AOPEN	UM.HW0AA.P01	Gaming 27"	27HC5URP	AOPEN MONITOR CURVO 27HC5UR Pbiipx GAMER; PANTALLA 27" QHD 2560x1440 CON DP 165HZ; CON HDMI 144Hz; 1MS; HDMI, DP, VESA; ADAPTIVE SYNC; NO BOCINAS; 3 AÑOS DE GARANTIA	Con Radeon FreeSync, la velocidad de fotogramas del monitor se sincroniza con la de la tarjeta gráfica, lo que elimina el tearing de la pantalla y ofrece una experiencia de juego extremadamente fluida.	Experimenta una partida más envolvente y cinematográfica, y reduce la fatiga ocular con una elegante pantalla curva de 1500R.	Disfruta de un juego más claro y envolvente sin borrosidad gracias a un tiempo de respuesta rápido de 1 ms (TVR) y 165 Hz.
Monitor Gaming	Acer	UM.JW5AA.Z01	Gaming 32"	32HC5QR Zbmiipx	ACER MONITOR GAMER CURVO 32HC5QR Zbmiipx; PANTALLA 32"; 1920x1080 @240Hz; VA, 5ms; Adaptive sync, HDMI x2, DisplayPort, Audio Out; 3 AÑOS DE GARANTIA	Con Radeon FreeSync, la velocidad de fotogramas del monitor se sincroniza con la de la tarjeta gráfica, lo que elimina el tearing de la pantalla y ofrece una experiencia de juego extremadamente fluida.	240Hz de Frecuencia de actualización. Experimenta un juego ultra suave con una representación de cuadros más rápida	Disfruta de un juego más claro y envolvente sin borrosidad gracias a un tiempo de respuesta rápido de 1 ms (TVR).
Monitor Gaming	Predator	UM.HX1AA.010	Gaming 27"	XB271HU BMIPRZAM	ACER MONITOR PREDATOR XB271HU bmiiprz; PANTALLA 27" WQHD IPS 2560X1440 144Hz; OVERCLOCK 165Hz; 4MS; HDMI, DP, USB; BOCINAS 2W, VESA; NVIDIA G-SYNC; 3 AÑOS DE GARANTIA, COLOR NEGRO	Experimenta un nuevo concepto de fluidez. NVIDIA G-SYNC elimina el "tearing" de la pantalla y minimiza el parpadeo para proporcionarte sesiones de Gaming legendarias.	Minimiza la distorsión del movimiento y atraviesa el espacio como un rayo gracias a la velocidad de actualización nativa de 144 Hz.	Los monitores suelen sacrificar el color en favor de la velocidad, pero ahora podrás disfrutar de un nuevo nivel de Gaming en una impresionante pantalla IPS.



EDUARDO CORONADO

AFIRMA QUE CVA TENDRÁ MÁS SERVICIOS Y NUEVAS MARCAS EN 2022

Autor: Álvaro Barriga

• EL DIRECTOR DE CVA MAYOREO, EDUARDO CORONADO, RECOMENDÓ AL CANAL DIVERSIFICAR SU PORTAFOLIO, HACER CO-PARTNERING, ENTRAR A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DEJAR LOS SERVICIOS LOGÍSTICOS AL MAYORISTA, COMO PARTE DE SU ESTRATEGIA PARA EL 2022.

A

pesar de ser un año pandémico, al mayorista le ha ido bien ya que han recuperado la facturación que lograron en 2019, que incluía un proyecto muy grande en el Estado de México por 30 millones de dólares, “a pesar de no tener ese proyecto, logramos mucho crecimiento respecto a 2020, incluso en muchas de las unidades de negocio hay crecimiento versus 2019”, aseguró que este ha sido el año más exitoso en la historia de la compañía.

“A pesar de la crisis de componentes que se ha vivido con los temas de supply, afortunadamente hemos trabajado en conjunto con los fabricantes y pusimos órdenes de compra en abril y mayo que se están surtiendo en diciembre, entonces estamos hablando de planeaciones a varios meses”, explicó.

2022 con supply complicado

El directivo compartió que en 2022 seguirá siendo complicado el tema de supply, dicho por los mismos fabricantes, pero ahora más en data centers, en servidores y almacenamiento, “Esto será una oportunidad para que los canales se pongan a vender nube. En los demás productos ya comenzamos a ver mayor fluidez, por llamarlo de alguna forma, aunque no en todas las marcas”.

Indicó que Lenovo es de los fabricantes que mejor les han surtido producto y ven a Dell muy pujante en el tema de gobierno, entregando con poco retraso. Cabe mencionar que para aminorar el impacto del desabasto, la compañía trabajó en una reingeniería de las unidades de negocio, agrupando productos por tecnología en cada unidad, lo que ayudó al canal a encontrar lo que necesitaba.

Otra estrategia fue fortalecer su Marketplace, “nos interesa aumentar la venta de software porque la mayoría de las compañías usa muy poco software, y en términos generales, es más rentable para el canal, ya que no tienen que mover ninguna caja, y lo que se vende bajo demanda va creciendo”, dejó en claro que sin pretender disminuir la cantidad de hardware que comercializan, el objetivo es incrementar la venta de software, y para fortalecer su oferta, CVA está considerando agregar 17 nuevas marcas a su catálogo de Software as a Service, todo ello derivado de la asociación que tienen con Global Channel Network, empresa catalana de la que son socios fundadores, y que pretende convertirse en el Marketplace más grande del mundo. “Hay acuerdos globales en los que con un ejecutivo de un fabricante que atienda a Global Channel Network, podrá atender hasta 31 países (actualmente es el número de países adheridos)”, añadió que eso es muy atractivo para los fabricantes asociarse con ellos para atender a canales y los más de 130 mil retailers activos, de esos 31 países.

Líneas con mayor oportunidad de negocio

Según el director, la oportunidad en cómputo sigue siendo grande, seguramente sigue representando



EDUARDO CORONADO

para todos los mayoristas, como el 50% de su negocio, y no ve que eso vaya a cambiar, “en desktop, si bien no ha caído, nuestro crecimiento fue de 36% año contra año y en notebooks fue de 76%, entonces, indudablemente la fuerza está en movilidad. El canal tiene que jugar con el crossselling y el offselling para que no se vaya el equipo sin ningún teclado, mouse, docking station, cámaras, cables o monitor extendido, además de cualquier tipo de accesorios, para que el cliente pueda tener una estación de trabajo más cómoda”.

Seguridad es otro tema con oportunidad en 2022, tanto pública como privada, habrá muchos proyectos que requieren cámaras, desde semáforos, tiendas, hasta en la solapa de los policías.

Sin duda y como ya se mencionó, Software as a Service se requerirá más en las empresas.

Gaming es otra de las apuestas para el próximo año, “Si bien todavía es un tema de nicho, está explotando y cada vez vendemos más equipos de Acer, de Asus, Dell, Ocelot y prácticamente de todas las marcas, además de todo lo que se ensambla”, añadió que cuatro de su top 10 de vendedores tienen productos para ensamble como Western Digital, Kingston, Seagate e Intel.

Comentó que vienen negocios nuevos como la venta de sillas para gamers, soporte de monitores, bocinas, teclados; es decir, muchas oportunidades, a las que el canal debe estar atento y para la cual CVA ya tiene desarrollada una unidad de negocio.

Por otro lado, indicó que si bien se prevé una crisis de desabasto para data center, explicó que con la multiplicación de los datos que se está generando en el mundo, se necesita dónde almacenar y procesar la información, “El centro de datos es otro tema que seguirá creciendo. Es una oportunidad para que todos los canales que no venden data center se pongan a vender nube y se metan a la transformación digital de una u otra forma”, aseguró.

Explicó que se trata de ir sembrando, por ejemplo, con las sillas, se venden, al año hay que renovarlas así como vender más y el siguiente año se tienen que renovar todas más las nuevas que se vendan y así sucesivamente. “Herramientas como nuestro Marketplace te avisan cuando tienes que hacer las renovaciones, incluso de las garantías de todos los electrónicos, entonces eso le facilita el trabajo al distribuidor, ya que le envía notificaciones cuando se acerca el tiempo de renovar. Incluso el portal le da la posibilidad al canal de subir sus propios servicios”.

Sobre el negocio de impresión, Coronado indicó que si bien se detuvo porque la gente dejó de ir a las oficinas y en casa se imprimía muy poco, eso seguirá afectando ya que también existe mayor conciencia a evitar imprimir lo más que se pueda, entonces muchas marcas lo están entendiendo y están utilizando sus equipos para mejorar los flujos de trabajo y para digitalización de documentos.

Retroalimentación del canal

Eduardo Coronado compartió con eSemanal que parte de las inquietudes del canal están relacionadas con el tema de suministro y los tiempos de entrega, ya que como están las cosas, no saben si entrar o no a los proyectos, “por ejemplo gobierno, no ha entendido que hay problemas de supply y siguen pidiendo tiempos de respuesta ridículos, no hay quien tenga esa capacidad de entregarlos. Aun así ha sido un buen año para CVA en gobierno, que no se distinguía por ello, sin embargo, este año han ganado cuentas grandes como Banco de México y Semarnat, entre muchos otros”.

Recomendaciones

Por último, el directivo recomendó al canal diversificarse, ya que no pueden vivir en el pasado intentando vender lo que solían, sino enriquecer su portafolio, especializar a su equipo o contratar gente especializada para temas de nube, servicios administrados.

Explicó que es un momento en el que el ecosistema tiene que hacer copartnering, no se pueden abarcar todos los proyectos porque no les va a dar la vida, es momento de echar mano de las alianzas estratégicas y quien puede ayudar en eso es el mayorista. “Nosotros podemos firmar un contrato en el que quedamos como ‘referee’ entre alguien que es experto en data center y alguien que vendió un proyecto para ello y no cuenta con la capacidad, y a ese que sí tiene capacidad se le hace firmar un contrato de confidencialidad, de cumplimiento de que solamente van a ser los servicios y la cuenta es del otro distribuidor, también de cómo se distribuye el dinero; entonces es momento de hacer copartnering para entregar soluciones de valor”: Eduardo Coronado.

“EL MEJOR MENSAJE QUE LE PUEDO DAR AL CANALES QUE SE PONGAN A HACER LO QUE SABEN, VENDER TECNOLOGÍA; DEJEN EL ALMACENAMIENTO, ENTREGA, CABLEADO, CONFIGURACIÓN Y DEMÁS A CVA, EN LA MEDIDA EN QUE ELLOS NO TOQUEN EL PRODUCTO, SE ENCARECE MENOS PORQUE NO TIENEN QUE PAGAR ALMACÉN, CHOFERES, SEGUROS, GASOLINA, CUSTODIA, ETCÉTERA. DEBEN ENTENDER QUE SOMOS SU MEJOR ALIADO ESTRATÉGICO EN TODO LO QUE NO ES SU EXPERTISE”: EDUARDO CORONADO.

2021: EL MEJOR AÑO EN LA HISTORIA DE ZEBRA, FESTEJAN CRECIMIENTO RÉCORD EN MÉXICO

Autor: Anahi Nieto

- LA COMPAÑÍA CRECIÓ 33% EN EL PAÍS, CON RESPECTO AL 2020.
- DESTACA SU CRECIMIENTO DE MÁS DEL 500% EN TABLETAS, Y MÁS DE 100% EN SERVICIOS.

P

or segundo año consecutivo, el Zebra Journey 2021 se llevó a cabo en un formato virtual y como en las 15 ediciones anteriores que lleva realizándose, se enfocó en agradecer a los partners y usuarios finales por su confianza y apoyo, así como premiar a los canales destacados y brindar un balance sobre la compañía.

Los 52 años que el fabricante tiene en el mercado, de los cuales los últimos 18 abarcan su presencia en México, son comparados como un viaje que se ha vivido en conjunto con los partners, con quienes desean continuar su relación en el futuro, para que en equipo puedan superar las adversidades sin límites.

Ernesto Hernández, Director General y Vicepresidente de Ventas para Zebra Technologies México, expuso que el 2021 es un año récord para la empresa, ya que cierra con un crecimiento récord del 33% en el país, con respecto al 2020, y 20% comparado con el 2019, motivos para celebrar.

CRECIMIENTO DE LAS LÍNEAS DE PRODUCTO

- ADC 13.0%
- MC 32.0%
- RFID 50%
- Tabletas +500%
- Desktop 19.0%
- Mobile 44.0%
- Tabletop 45%
- Supplies 33.0%
- Servicios +100%

“Nos consolidamos como el jugador número uno en tabletas empresariales en el país. Además, nuestro run rate creció más del 20%, y en el precio de la acción crecimos más de 250 durante la pandemia, lo cual refleja lo que los accionistas y el mercado esperan. Estoy seguro que el futuro es brillante”, detalló el directivo.

Se informó que el crecimiento ocurrió en todas las regiones de la república y que la compañía retomó las reuniones presenciales, comenzando con la reapertura de la oficina en la colonia Condesa.

Por su parte, Pilar Seoane, Gerente de Ventas de Canales, explicó que durante este año se capacitó y desarrolló a los socios de negocio, tuvieron nuevos clientes, realizaron venta cruzada, renovaron tecnología con los clientes y los Partners Managed del programa crecieron 50%.

“Este 2021 nos llenó de muchas experiencias maravillosas, les agradezco por este año tan importante, hoy en día estos resultados y este crecimiento son gracias a ustedes. En Zebra buscamos ser su aliado tecnológico para ofrecer soluciones en conjunto con nuestros socios y brindar experiencias distintas de la mano de nuestros servicios que agreguen valor a los clientes”, dijo.

La directiva expresó que los partners son el foco central en las soluciones, con capacidad de entregar valor directamente al usuario con servicios, por lo que en 2022 seguirán procurando su especialización y será un año de mayor valor y soluciones.

GANADORES 2021

-Partner ganador de las mayores ventas de MP7000 en el año 2021: Realfix S.A de C.V.

-Partner ganador de las mayores ventas de RFID 2021: Logística de México Total.

-Partner ganador de las mayores ventas de Tablet en el año 2021: Prolog Consulting Group S.A. de C.V.

-Mejor Caso de éxito: Logística de México Total.

-Partner ganador de las mayores ventas en la Zona Bajío: Especialidades Gráficas del Centro S.A de C.V.

-Partner ganador de las mayores ventas en la Zona Pacífico: International Products and Services, IPS.

-Caso de implementación exitosa 2021 -Usuario final: Cadena Comercial OXXO S.A de C.V.

-Partner ganador de las mayores ventas de Healthcare en el año 2021: Akuasul.

-Partner ganador de las mayores ventas a nivel nacional: Dataware.

-Distribuidor ganador por las mayores ventas a Nivel Nacional 2021: Blue Star.



En tanto, Manuel González, Gerente de Ingeniería de Preventa, comentó que Zebra siempre está innovando para ganar un rol como socio de confianza, desde hardware y dispositivos, especificaciones convincentes, servir a las industrias y ser un proveedor preferido con quien se pueda tener una colaboración cercana.

Algunas de las soluciones del fabricante permiten tener las operaciones visibles, una automatización inteligente, y optimización de flujos de trabajo, a partir de la detección, análisis, el actuar y los resultados.

Blanca Benítez, Gerente de Ventas de Cuentas Estratégicas, dijo que actualmente atienden a más de 50 cuentas importantes que requieren atención especializada, de las cuales el 56% fueron ventas en retail y en transportación, logística y manufactura el 26%, e invitó a seguirse preparando y aprendiendo para seguir creciendo.

Finalmente, Ernesto Hernández advirtió que en el 2022 la falta de suministro y componentes será un tema sensible; no obstante, se podrá resolver si se trabaja en conjunto y se anticipan. “Sigamos adelante en este 2022, de nuestra parte pueden esperar más recursos, productos, nuevos lanzamientos y más soluciones, como tabletas, por ejemplo, además de una mayor cobertura geográfica y más mercados verticales. Vamos a estar más cerca, estaremos ahí con más recursos”.



MICROSOFT Y LOL BUSCAN QUE EL CANAL EVOLUCIONE CON SU MODELO DE NEGOCIO

LUEGO DE UN AÑO DE QUE LICENCIAS ONLINE Y MICROSOFT ANUNCIARÁN SU ALIANZA COMERCIAL PARA MÉXICO, LA CUAL YA SOSTENÍAN A NIVEL REGIONAL DESDE HACE 15 AÑOS, LAS COMPAÑÍAS SE REUNIERON PARA EXPONER EL RESULTADO HASTA AHORA Y EL POTENCIAL DE NEGOCIO QUE CONTINÚAN VISUALIZANDO.

Texto: Anahi Nieto

Guillermo Meza, Product Manager de Licencias OnLine México, explicó que la compañía tiene actualmente presencia en 40 países en Latinoamérica, oficinas centrales en Argentina, 13 oficinas locales en la región, y más de 4 mil canales. Recordó además que nacieron en cloud y que viven acorde a las tendencias.

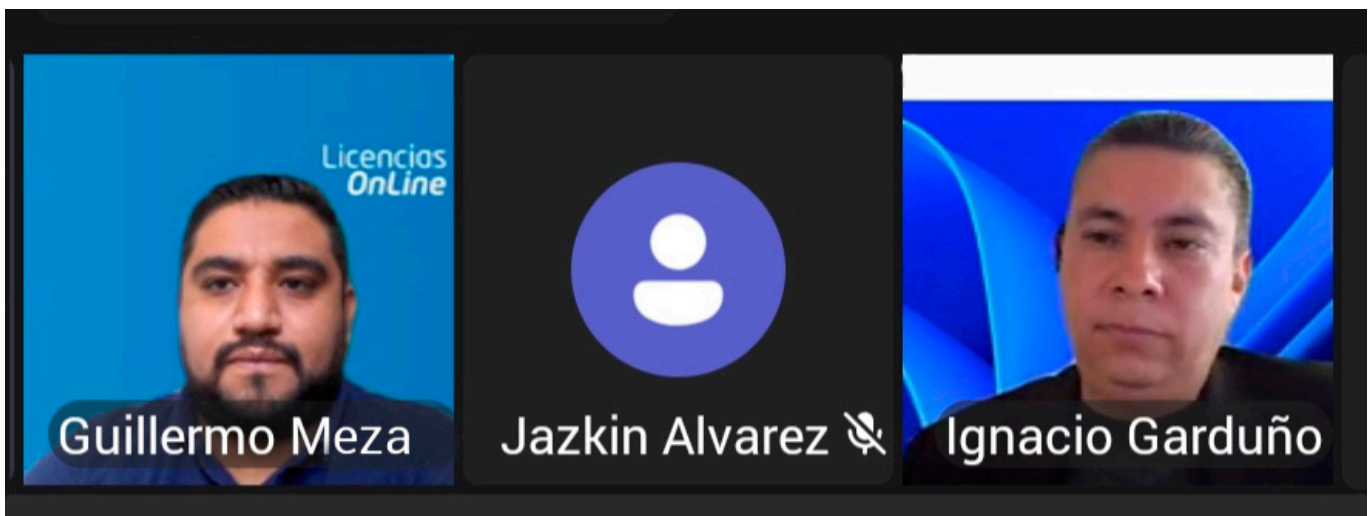
Además LOL tiene un amplio portafolio y servicios CSP, como servicios de línea flexibles anuales o mensuales, desde una suscripción, protección de precios durante un año, activación en menos de cuatro horas, con un ciclo de facturación de 27 a 27 del mes, y renovación técnica según la fecha de activación.

Mediante un esquema de consumo el periodo es mensual postpago, la fecha de corte es el fin de cada mes, servicio de consumo, a excepción de Visual Studio y Devops, que son por usuario.

La suscripción de servidores por su parte presenta un periodo de 1 a 3 años, desde 1 suscripción, última versión, Downgrade 2 versión anterior, brinda las últimas versiones. Beneficio híbrido con Azure y la fecha de corte es el fin de cada mes.

Por último, el Server Perpetuo tiene un periodo perpetuo, disponible desde una licencia, última versión, Downgrade 2 versión anterior, y la fecha de corte es a final de cada mes.

En tanto, Ignacio Garduño, Gerente de Desarrollo de Canales en Microsoft México, resaltó que algunos de los beneficios que encuentran los partners al comercializar su oferta son el acceso a un portafolio robusto de productos que puede complementar sus proyectos.



Además, de acuerdo con un estudio de IDC, en promedio por cada dólar que se generaba de ganancia para Microsoft, el socio de negocio podía generar +\$9.58 en el 2020, para 2024 se calcula que por cada dólar de ganancia para el desarrollador, el partner pueda obtener +\$10.04 en sus ingresos.

“En Microsoft estamos convencidos de que una de nuestras más grandes fortalezas es nuestro ecosistema de socios de negocio; por ello queremos apoyarlos en su desarrollo y fomentar que el negocio alrededor de nuestros productos sea más atractivo”, agregó Garduño.

Parte de los apoyos que los partners encuentran son el respaldo del programa Channel Connect, por medio del cual pueden seguir actualizándose y acceder a un esquema de transformación con una oferta y un modelo de licenciamiento renovado, así como un marketplace en donde los ISVs pueden incluir su oferta y desarrollos propios. Otros servicios son los profesionales y administrados.

Mientras que LOL ofrece apoyo comercial, un equipo de marketing, equipo de preventa/postventa, capacitación al equipo, cotizaciones, flujo de comercialización, CSP con los clientes, propuesta al usuario final, equipo de servicios profesionales: soporte, deployment, advanced support, incentivos, una plataforma de e-commerce, go connect, donde es posible la administración de facturación y cobranza.

Se dijo que en el segmento de las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs) ha crecido año contra año un 30% la base instalada de usuarios registrados, ya que anteriormente operaban con los elementos más básicos de la tecnología y ahora, al operar de forma remota, han acelerado su adopción.

“Estos últimos meses que comenzó la pandemia han sido un reto para las PyMEs en el mercado mexicano, desaparecieron casi un millón de

éstas, y aparecieron más de 600 mil, las cuales, apalancadas de las tecnologías, han podido continuar y redefinir su esquema de negocio. En Microsoft buscamos apoyar a estas empresas para que a través de las diversas soluciones puedan continuar operando y siendo más eficientes en esta ruta de la transformación digital”, expuso Garduño. El directivo mencionó que en cloud la oportunidad de negocio también sigue siendo muy amplia, ya que según estudios de Select, el 25.4% de los presupuestos que se designan para tecnología en las empresas mexicanas se destinan a cloud, y se espera que para 2023 llegue al 27.5%.

“La oportunidad en nube sigue siendo muy grande en nuestro país, estamos muy lejos de estar saturados en este mercado, y no significa que todo lo que vayamos a trabajar sea específicamente en una nube privada o pública, ya que los ambientes híbridos son los que prevalecen, esa integración funciona de forma atractiva y funcional, Microsoft tiene esa capacidad, seguimos fortaleciendo ese aspecto y en un ambiente de seguridad”, continuó. Las soluciones especializadas por industria son otra área de oportunidad que se identifica, debido a que cada vertical tiene dificultades propias. “Queremos que nuestros canales vayan evolucionando de un modelo de reventa de productos y puedan complementarlo con otro tipo de servicios que vayan enfocados hacia la especialización en una industria y nicho, y complementarlo con un valor agregado, un diferencial importante en su oferta, el cual puede ser un desarrollo de su propiedad intelectual.

“LOL juega un papel muy importante en los números y al ser un brazo de desarrollo de canales, con entrenamiento, capacitaciones y certificaciones para que los partners lleven el mensaje adecuado; además, la alianza ha llegado al mercado mexicano para ayudarnos a complementar la oferta con beneficios y obtener un mayor impacto”, finalizó.

DESDE JULIO, **RED HAT** Y **NUTANIX** VAN JUNTOS POR EL MERCADO

Autor: Anahi Nieto

-AL OBSERVAR QUE LOS CLIENTES BUSCARON EN 2021 CADA VEZ SOLUCIONES MÁS ROBUSTAS, SIMPLES Y SÓLIDAS PARA TENER SEGURIDAD AL TRABAJAR EN MULTICLOUD, AMBAS MARCAS DECIDIERON ALIARSE DESDE JULIO PARA PROVEER SOLUCIONES Y SOPORTE A LOS CLIENTES.

La alianza estratégica y global abarca la región de Latinoamérica y persigue el objetivo de brindar un soporte cada vez más ágil al conjuntar la experiencia de ambas empresas, lo que simplifica la operación tecnológica en las organizaciones.

Al respecto, Sandra Vaz, Directora de Socios y Alianzas Globales en Red Hat América Latina, dijo: "juntos somos mucho mejores, Nutanix aporta mucho valor a Openshift cuando se integra. Vamos a crecer mucho juntos, tenemos expectativas muy altas por parte de ambas empresas, así como deseos de colaborar y crecer junto a los partners".

Por su parte, Fernando Zambrana, Country Manager de Nutanix en México, mencionó que la integración de Red Hat en Openshift y Enterprise Linux con Nutanix Cloud Platform permite a los clientes diseñar, escalar y gestionar aplicaciones nativas de la nube virtualizadas y en contenedores más fácilmente.

De acuerdo con Zambrana, ambas compañías comparten la visión de ser abiertos en cuanto a nube se refiere, y lo están logrando, cada cual con sus principales fortalezas, Red Hat como principal exponente de contenedores y Nutanix en hiperconvergencia.



FERNANDO ZAMBRANA

Desde el inicio de la alianza, se ha procurado apoyar a los clientes en el uso de la nube híbrida con una solución resiliente y abierta, y ya ha dado como resultado diferentes casos de éxito y referencias, ello apoyado en equipos de ventas y técnicos y sus redes sociales.

Algunas de las ventajas que se presume tiene la alianza consisten en otorgar libertad a los clientes para escoger dónde basar sus datos o aplicaciones, todo bajo una visión de ciberseguridad, ya que se busca cuidar a los usuarios y facilitar su traslado de cargas entre Nutanix y las nubes públicas.

“Las aplicaciones tradicionales que corren los clientes están en constante transformación, por ello los usuarios utilizan esta plataforma de contenedores para transcribirla, otras ya son nativas de contenedores. Es un mercado que tendrá un crecimiento impresionante en los próximos años y creemos que esta apuesta de hacerlo en conjunto dará muchos beneficios al mercado y a nuestras empresas. Estamos motivados”, enfatizó Zambrana.

En tanto, la directiva de Red Hat explicó que la alianza tiene como base tres grandes pilares, el de la colaboración para poder llevar los productos integrados, para crecer sus fuerzas de ventas y ecosistema de partners, y ofrecer un soporte robusto a los clientes.

Esquema comercial

Cada compañía ofrece las soluciones desde sus páginas, y adicionalmente, al tener partners en común en



SANDRA VAZ

Latinoamérica, pueden ofrecer la solución integrada a los usuarios finales. Se calcula que en la región el ecosistema de canales asciende a mil 500, de los cuales 100 tienen compromiso y un plan de negocio.

Para ellos ofrecen una serie de workshops, entrenamientos, contenido, capacitaciones en ventas, a fin de que puedan aportar valor a los clientes, administrar sus aplicaciones, dotar de interoperatividad y generar así mayores oportunidades de negocio.

Actualmente colaboran con Ingram Micro como mayorista, y expusieron su deseo por encontrar esa sinergia con los partners y con los service provider que tienen en común y estén interesados en ofrecer a sus clientes la solución como servicios administrados.

“Queremos crecer el ecosistema con buenos partners, invertir en los que están comprometidos con nosotros, el ecosistema es dinámico, queremos nuevos partners, y sólo los buenos van a quedarse”, comentó Sandra Vaz. Aquellos canales con mayores habilidades, compromiso y experiencia que busquen aportar valor a sus clientes son el perfil que buscan reclutar, incluso si a la fecha no son partners de ninguna de las dos marcas, pero que se dediquen a la virtualización y cloud y les interese la visión de nube híbrida abierta, serán bienvenidos en el ecosistema.

JABRA AWARDS 2021: HYBRID LIFE, PREMIA A SUS PARTNERS

- **CON CATEGORÍAS COMO: CANAL REVELACIÓN, CANAL AUDIO, CANAL VIDEO, PRODUCT MANAGER DEL AÑO Y DISTRIBUIDOR DEL AÑO, LA MARCA RECONOCIÓ EL TRABAJO DE SUS SOCIOS DE NEGOCIO**
- **LA OFERTA DEL FABRICANTE SE ROBUSTECIÓ ESTE AÑO CON EL JABRA PANACAST 50 Y JABRA PANACAST 20**

Texto: Raúl Ortega

El evento comenzó contextualizando los desafíos de 2021, al tiempo que recalcó las oportunidades que se siguen abriendo y fortaleciendo para 2022 en los temas de colaboración, y todo esto en el marco de la premiación Jabra Awards 2021: Hybrid Life que, entre otras categorías, enalteció la constancia y compromiso de sus socios con premios como: Distribuidor del año, Product Manager del año, Canal de Video y más.

Con recuento del último año y destacando los desafíos, oportunidades y el comportamiento del mercado para el segmento de colaboración, se entregaron los premios Jabra Awards 2021: Hybrid Life, donde además se reconoció el trabajo de los partners de la marca durante el 2021. “La pandemia también trajo agitación en nuestro negocio, retos para cubrir la demanda, grandes desafíos en nuestras cadenas internacionales de suministro y a la vista de las dificultades logísticas que estamos viviendo, estamos trabajando muy duro para que la situación mejore lo antes posible”, afirmó Fabián Peña, Director de Jabra LATAM.

Después de la bienvenida y del repaso por 2021, Betzabeth Romero, Country Manager México en Jabra, comentó los pormenores de este año que termina, entre los principales, el dejar atrás el trabajo y estudio desde casa, para entrar a los modelos de trabajo flexible, con lo cual las persona se han adaptado a un estilo de vida híbrido.



FABIÁN PEÑA

“Jabra cuenta con 45% de participación en el mercado de auriculares; hemos colocado alrededor del mundo 17 millones de unidades de nuestra serie clásica Evolve y 2.6 millones de nuestro altavoz Jabra Speak, logrando alcanzar un 1% de crecimiento al Q3 de este año, un gran logro teniendo en consideración la situación”: Betzabeth Romero.



BETZABETH ROMERO

Por otra parte, aunque la compañía recientemente incursionó en el mercado de video, sus soluciones han tenido una aceptación favorable, razón por la cual continúa apostando fuertemente por este negocio y en 2021 lanzó la Jabra PanaCast 50 y Jabra PanaCast 20, así lo relató la Country Manager México en Jabra: “Seguiremos reinventándonos, mantendremos nuestros liderazgo y por su puesto seguiremos en el camino de la innovación con tecnologías de audio y video que estén preparadas para el futuro; en 2021 fortalecimos nuestro portafolio de video incorporando dos soluciones muy importantes para nosotros, PanaCast 50 y PanaCast 20, las soluciones de video inteligente preparadas para la nueva normalidad”.

Además de las soluciones de video, Jabra también recordó la incorporación de los productos Evolve2 30 y Evolve2 75, además de la línea Blueparrot, los cuales ampliaron la oferta en el segmento de audio, asimismo la marca hizo énfasis en su disposición para acompañar a sus socios de negocio en el proceso de visitas a clientes, buscando nuevos negocios en el mercado, maximizar los proyectos de ventas y para lo cual certificaron a 70 nuevos socios comerciales, más de 300 personas capacitadas y la red de socios se expandió a más de mil en todo en todo el territorio nacional.

Ganadores de los Jabra Awards 2021: Hybrid Life

- Canal Revelación: ALPHAVOICE
- Canal Audio: DPM
- Canal Video: Total Play
- Product Manager del año: SYSCOM
- Distribuidor del año: SYSCOM

5 consejos para que los Canales de Distribución sean exitosos en México este 2022

Redacción eSemanal

DE ACUERDO CON LA COMPAÑÍA, EN SU PROGRAMA PARA LOS PARTNERS, TRABAJAN JUNTOS EN SOLUCIONES COMPLEMENTARIAS E INTEGRADAS PARA AGREGAR VALOR A LOS CLIENTES, AMBOS CON LA VISIÓN DE PROPORCIONAR TIEMPO DE ACTIVIDAD DEL 100% Y UNA EXPERIENCIA DE CLIENTE INCOMPARABLE, POR LO QUE SIEMPRE LOS APOYAN PARA SER EXITOSOS CON DIFERENTES ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE CAPACITACIÓN CONSTANTE, SEGÚN LUIS ARÍS, GERENTE DE DESARROLLO DE NEGOCIOS PARA P AESSSLER LATINOAMÉRICA.

Para Arís, las ventas efectivas surgen de una base sólida establecida previamente; es decir, no salen a tocar puertas, sin saber exactamente qué van a decir y qué van a responder. “Debemos llegar con la solución en la mano y esta solución solamente se puede estructurar con una base sólida. Esta base debe estar compuesta por un objetivo de ventas, políticas y formas de operación de la empresa, así como por estrategias y protocolos determinados, necesarios para el cierre de un negocio”. Señaló que los canales de Paessler tienen grandes oportunidades de crecimiento en el próximo año, ya que se abren nuevas oportunidades comerciales con PRTG pues más de 500,000 administradores de sistemas en todo el mundo confían en PRTG todos los días. Paessler apoya a los canales que demuestran su competencia en la venta de PRTG, su capacidad para ofrecer servicios como consultoría, asistencia técnica y conocimientos de licencias a los clientes. “Para alcanzar nuestras metas, necesitamos que en el día a día estén presentes las siguientes cualidades en los canales: Formación, Planificación, Disciplina, Optimización y Perseverancia”.

Conceptos para que el canal sea exitoso en 2022:

1. Formación: No podemos vender lo que no conocemos. Esto significa que, si no conocemos a fondo nuestro producto, no tendremos los argumentos suficientes para convencer a nuestro cliente potencial, de que somos la mejor opción.

Es indispensable conocer a su competencia, pues en muchos casos, sus clientes potenciales estarán también hablando con ellos. Sin embargo, no es para que hablen mal de ellos y exalten sus deficiencias, sino que puedan fortalecer de forma puntual las cualidades de su producto.

Por último, deben conocer a fondo el perfil de su cliente potencial. Esta información será su mayor tesoro, pues sabiendo cuales son las necesidades y sus áreas de oportunidad, podrán ofrecer el producto correcto. Cada vertical de negocio tiene sus propias características, por lo que importante conocer a detalle el día a día en cada sector.

2. Planificación y Organización: Deben estructurar un plan de acción con metas de ventas, prospección y estrategias de abordaje por vertical. Sabiendo cuales son las necesidades de cada negocio podrán encontrar una solución que brinde beneficios financieros a sus clientes potenciales.

3. Disciplina: Es común que hagamos planes y nunca salgan del papel. O que arranquen, pero se abandonen en el camino. Debemos tener la disciplina para que el plan siga firme durante todo el año, pues sólo de esta manera tendremos los resultados deseados.

4. Optimización: Sin duda, muchas veces hacemos planes que posiblemente no funcionen como queríamos o solamente funcione parte del plan. Deben medir resultados para saber si van en el camino correcto, de esta forma podrán hacer los cambios necesarios en tiempo. Tener una reunión semanal con todo el equipo de ventas les permitirá intercambiar las experiencias que cada uno está pasando con sus oportunidades de negocios, lo que ayudará a cambiar algunos planes para alcanzar sus objetivos.



5. Perseverancia: Si tenemos conocimiento de lo que hacemos, tenemos un plan estructurado y organizado, estamos midiendo nuestro desarrollo y tenemos la disciplina en cumplir lo que nos propusimos, es solo cuestión de tener perseverancia para que los resultados positivos lleguen.

Estas son algunas de las recomendaciones que Paessler hace a su canal de distribución en México, ya que estiman que el próximo año aumentarán los desafíos de las infraestructuras y redes de TI, OT e IoT mucho más complejas. "Nuestros productos permiten a nuestros clientes supervisarlos todo y, así, les ayudamos a optimizar sus recursos. Esto se logra con el apoyo y esfuerzo de nuestro entrenado canal de distribución a nivel nacional", concluyó Arís.

MANTENTE INFORMADO EN NUESTRAS REDES SOCIALES



eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

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



www.esemanal.mx