

3
DÉCADAS

30 de Mayo 2022 · Año 31 | No. 1477

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL



Para ensamble,
gaming es el mercado por excelencia

HP

**Nuevos modelos
Spectre y Envy**

**VEEAMON 2022
Valor y negocio**

**GUÍA DE COMPRA
Sillas para Gamers**

SEGURIDAD DE FIRMWARE Y RESILIENCIA



Windows 10

Intel®

HP PROBOOK 440 G8 UNA NUEVA GENERACIÓN DE SEGURIDAD DE DISPOSITIVOS

Windows 10 Pro significa negocio.

ACTUALIZACIÓN GRATUITA
cuando esté disponible*



Windows 11



*El plan de la actualización está programado para comenzar a finales de 2021 y continuar durante 2022. Los tiempos específicos variarán según el dispositivo.
Algunas características requieren hardware específico (consulta aka.ms/windows11-spec)



Álvaro Barriga •

Ensamble un salvavidas para el canal

A diferencia de otros mercados, el ensamble ha mostrado crecimiento constante, pero ha sido uno de los más afectados por el desabasto de productos, de hecho, varios canales se han acercado a mí para pedir ayuda para conseguir productos o para preguntarme quién los pueda ayudar; hoy la demanda de diferentes dispositivos sigue siendo alta y con grandes posibilidades de negocio para el canal.

Según los especialistas, las ganancias registradas durante la pandemia estuvieron marcadas por el confinamiento, ya que las personas (usuarios finales) pasaban más tiempo en casa, desde ahí trabajaban, estudiaban, se comunicaban con el exterior, etcétera, lo que aumentó la demanda de performance de sus equipos, por lo que el ensamble se convirtió en un mercado importante para satisfacer la demanda de las personas.

Según los especialistas consultados por el equipo editorial de eSemanal, la inversión promedio de entrada para OEM que hace un usuario final ronda los 600 dólares.

Por otra parte, recientes investigaciones de la firma NPD Group, al cierre del 2021, los consumidores invirtieron más de 5 mil millones de dólares en componentes de PC, lo cual representa un incremento del 25% en comparación del año anterior.

En esta edición, especialistas de AMD, Asus, Balam Rush, Intel y de los mayoristas CT Internacional e Intcomex, nos dan un panorama sobre las oportunidades de negocio que ofrece el canal de distribución el mercado del ensamble y la manera en que la pueden aprovechar mejor, ya que durante la época de confinamiento sirvió de salvavidas para el canal.

Del 16 al 18 de mayo se llevó a cabo en Las Vegas, Nevada, Estados Unidos, el VeeamON 2022, evento que se volvió a realizar de manera presencial y que contó con la presencia

del nuevo CEO de la compañía, Anand Eswaran, quien dejó en claro que son la empresa número uno en protección de datos. Por su parte, Sara Wilson, Directora de Canal para Latinoamérica en la marca, afirmó que siguen invirtiendo recursos tanto económicos como humanos para el desarrollo de sus canales, señaló que la mayor ventaja de la firma proviene de su tecnología. Destacó que el ser número uno en ventas deja de manifiesto el trabajo bien hecho por parte de sus partners de la región, quienes han realizado cosas grandes que hoy se replican en otras partes del mundo. En tanto, Abelardo Lara, Director de la compañía en México, reconoció que la importancia del canal y las oportunidades de negocio que seguirán encontrando en Veeam.

Por otro lado, Mauricio Gonzalez, Kevin Rooney y Paul Streizick, Vicepresidente de Ventas en América Latina, VP Americas Channel y General Manager and Senior Vice President Americas, respectivamente en Veeam, resaltaron que la retroalimentación que reciben del canal es importante para perfeccionar las acciones y estrategias que desarrollan, ya que les enriquece y les ayuda a atender de mejor manera el mercado. En esta edición les presentamos todos los pormenores de la cobertura que realicé del evento.

El pasado 26 de mayo CompuSoluciones cumplió su 37 aniversario, sin duda, un mayorista de comprobada reputación, reconocimiento del mercado y de sus propios canales, quienes han expresado lealtad a la compañía que hoy cuenta con una de las mejores estrategias de desarrollo de asociados en el mundo. En eSemanal enviamos un felicitación especial a José y Juan Pablo Medina Mora, Presidente y Director General, respectivamente, y cabezas de una de las dinastías más reconocidas en la historia de la industria de TIC en México. ¡Enhorabuena!

eSemanal noticias del canal, no recomienda equipos ni marcas, tampoco resuelve dudas técnicas individuales por teléfono. Si tiene algo que comunicarnos, diríjase a nuestras oficinas generales o use alguno de los medios escritos o electrónicos. eSemanal noticias del canal, es una publicación semanal de Contenidos Editoriales KHE, S.A. de C.V., con domicilio en Pitágoras 504-307, Col. Narvarte, C.P. 03020, México D.F. Número de certificado de reserva: 04-2013-100817455000-102. Certificados de licitud y contenido de título: 14101. Editor responsable: Francisco Javier Rojas Cruz. Los artículos firmados por los columnistas y los anuncios publicitarios no reflejan necesariamente la opinión de los editores. Los precios publicados son únicamente de carácter informativo y están sujetos a cambios sin previo aviso. PROHIBIDA LA REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL DEL MATERIAL EDITORIAL E INFORMACIÓN PUBLICADA EN ESTE NÚMERO SIN AUTORIZACIÓN POR ESCRITO de Contenidos Editoriales KHE, S.A. de C.V.

PORTADA

7 NPD GROUP: En 2021, los consumidores invirtieron más de 5 MMDD en componentes de PC, un 25% más que en 2020



18 ESEMANAL FELICITA

GUÍA DE COMPRA

19 SILLAS PARA GAMERS

DESARROLLADORES

26 VEEAMON 2022, valor, crecimiento y oportunidades para el canal

FABRICANTES

32 SPECTRE Y ENVY son las nuevas laptops de **HP** diseñadas para creadores de de Gamer contenido

36 ACER reafirma su compromiso con la sustentabilidad en el Global Press Conference



GUÍA DE COMPRA



VEEAMON

38 La innovación no se detendrá en **PANDUIT**: Carlos Arochi



PANDUIT

42 La apuesta de **BOSCH** por México continúa

MAYORISTAS

34 El portafolio de ciberseguridad de **TEAM** crece con Stratosphere



TEAM

44 **MAPS** e **IVANTI** van por el mercado de ciberseguridad en México

TENDENCIAS

40 Contenido y entretenimiento, las áreas con mayor potencial con la llegada de 5G: **IDC**



PRODUCTOS

46 PRODUCTOS

BÚSCANOS EN:



/NOTICIASDELCANAL



/NOTICIASDELCANAL



ESEMANAL



ESEMANAL



55 7360 5651

WWW.ESEMANAL.MX

DIRECTORIO

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

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

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

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

Facturación y cobranza Rebeca Puga 55 5090-2052 rebeca.puga@khe.mx **Ventas de Publicidad** Diego Rojas 55 5090-2053 diego.rojas@khe.mx

Suscripciones 55 5090-2049 suscripciones@khe.mx

2022



Apoyando el negocio del canal

NPD GROUP: EN 2021, LOS CONSUMIDORES INVIRTIERON MÁS DE 5 MMDD EN COMPONENTES DE PC, UN 25% MÁS QUE EN 2020

Autor: Raúl Ortega

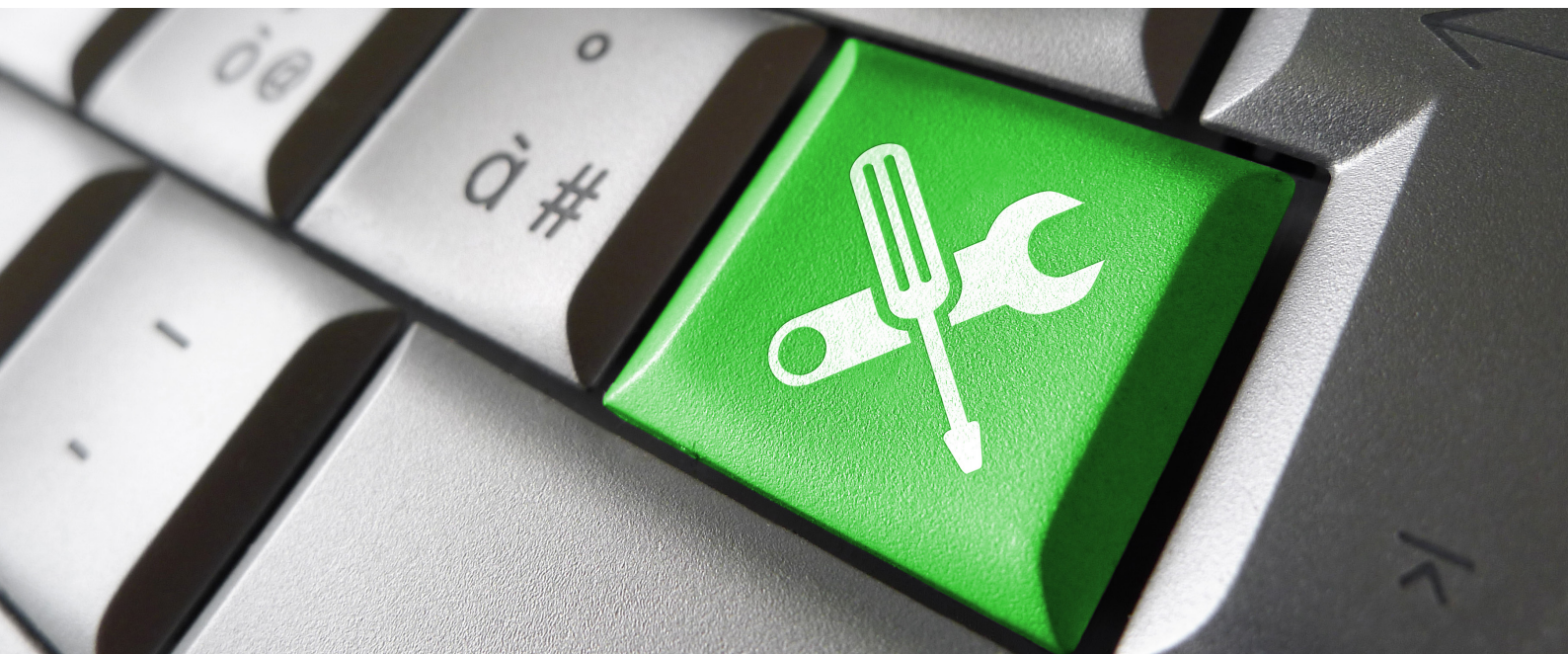
- EL GAMING CONTINÚA SIENDO EL MERCADO POR EXCELENCIA PARA EL ENSAMBLE Y LAS OPORTUNIDADES AGUARDAN AL CANAL
- EL DETALLE, EL ESTILO Y LA PERSONALIZACIÓN, ELEMENTOS QUE DEBE CONSIDERAR EL CANAL PARA ENTREGAR EXPERIENCIA DIFERENCIADA PARA EL OEM DE SUS CLIENTES
- CAPACITARSE, CERTIFICARSE Y CONOCER A DETALLE LA INDUSTRIA, EL MERCADO O LAS NECESIDADES POR USUARIO, SON LAS LLAVES DE ENTRADA PARA MAXIMIZAR LA EXPERIENCIA EN EL ENSAMBLE
- LA INVERSIÓN PROMEDIO DE ENTRADA PARA OEM QUE HACE UN USUARIO FINAL RONDA LOS 600 DÓLARES

En la actualidad el ensamble u OEM (Original Equipment Manufacturer) representa un mercado para un tipo de usuarios finales muy particulares, no sólo para aquellos que buscan contar con un equipo para jugar, diseñar, crear contenido, etcétera, sino alguien que en este proceso busca y prioriza la personalización de su equipo, lo que no sólo le entrega una estética a modo, sino más importante aún, rendimiento o performance inigualables acorde a sus necesidades; lo que abre un abanico enorme de posibilidades en términos de negocios para el canal.

Ya ha pasado casi la primera mitad del 2022 y con ello, los canales han sorteado una serie de retos que han superado y oportunidades que han aprovechado en la medida que se presentaron, sin embargo, el panorama aún es incierto para el mercado, ya que así como se han esfumado desafíos, también llegaron otros, pese a ello, el segmento del ensamble desde hace varios años es una alternativa viable para mantener un flujo de ganancias constantes al tiempo que abre nuevas oportunidades, no sólo porque existen diversas soluciones o productos desde donde se puede apalancar el canal y comercializar, sino porque el tipo de clientes finales que demandan estos equipos va desde un nivel de entrada hasta los más entusiastas.

Perspectivas del mercado en 2022

El ensamble a diferencia de otros mercados, tuvo un crecimiento constante durante los últimos años, tal vez por la gama tan extensa que contempla las prestaciones de los equipos según su uso final, en donde el segmento más visible se hace presente con los gamers, seguido del tradicional diseño de contenidos, para los cuales los procesadores y las tarjetas gráficas son indispensables, dejando ver que para los temas de OEM los caminos a las oportunidades son numerosos. En entrevista para eSemanal, Manuel Castillo, Marketing Manager de componentes para AMD México, comentó: "No cabe duda de que este es un gran año para el mercado del ensamble a nivel global. El enorme avance que hemos observado en el mundo de la manufactura tecnológica nos ha permitido diseñar componentes cada vez más poderosos con arquitecturas innovadoras de hasta 6 nanómetros. En este aspecto, una de las principales tendencias del 2022 es el auge de la demanda de procesadores con gráficos integrados como los AMD Ryzen 5600G y 5700G, así como el impulso de Ryzen 5800X3D como uno de los principales reinventores de las experiencias de juego de alto nivel. Por otro lado, en AMD hemos observado un crecimiento de doble dígito en nuestro mercado de ensamble, el cual actualmente se encuentra liderado por nuestros procesadores".





eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES



- Estrategías comerciales
- Soluciones de comunicación
- Oportunidades de negocio

www.esemanal.mx ventas@esemanal.mx

No obstante, las ganancias registradas durante la pandemia probablemente estuvieron marcadas justamente por eso, por la pandemia, ya que las personas (usuarios finales) pasaban más tiempo en casa, lo que orilló a que jugaran (gaming, creadores de contenido y otros) estudiaran desde casa (diseñadores, editores y más) y trabajaran desde el hogar (diseñadores, arquitectos, editores multimedia y más), lo que evidentemente incrementó la demanda del performance de los equipos, y si bien, las consecuencias del desabasto aún no se sentían, en la actualidad es un tema que se debe considerar, además del incremento de precios en los containers como consecuencia y otras afectaciones que se siguen sumando (la inflación y la guerra).

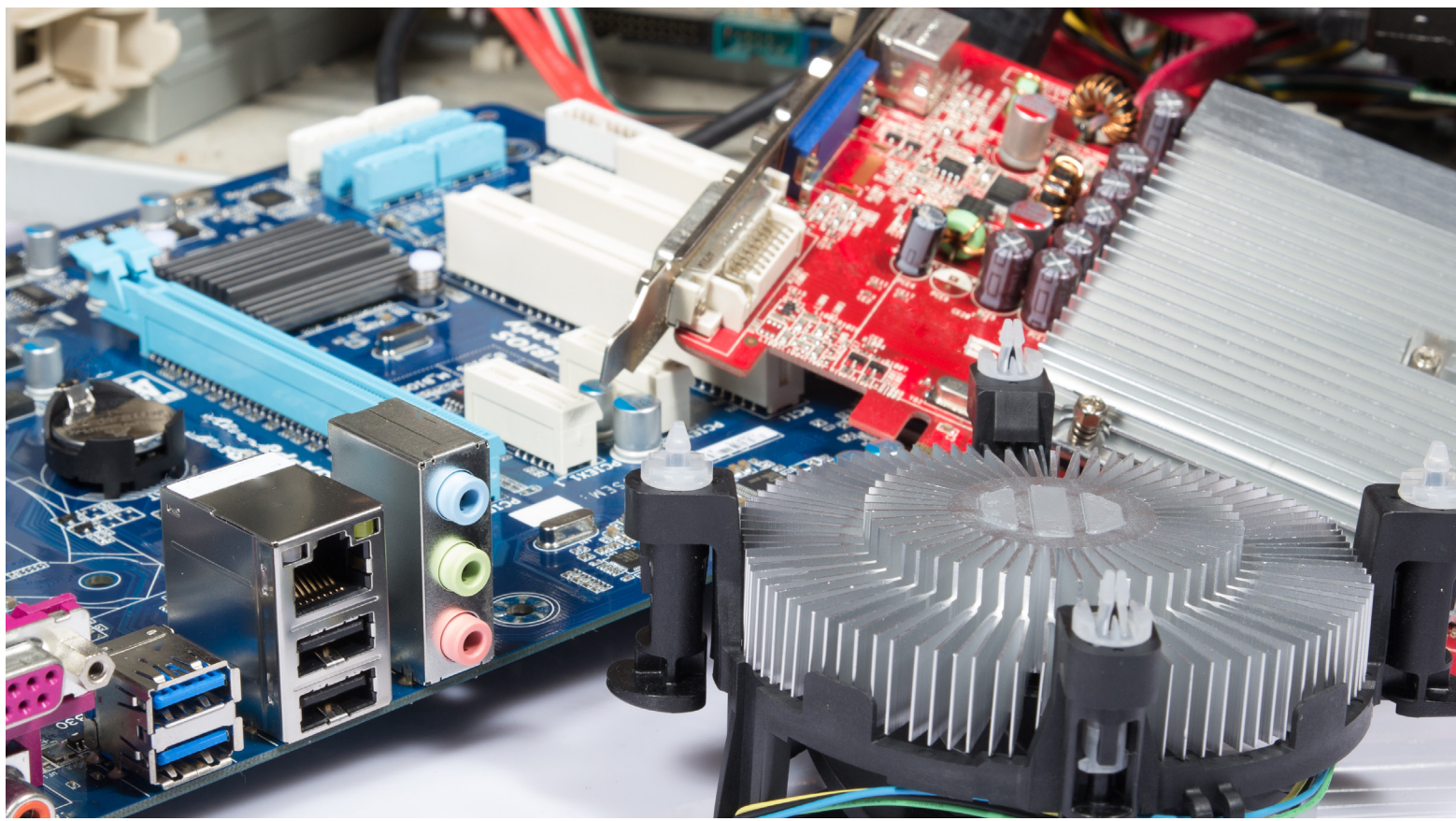


“SE HA NOTADO UNA CONTRACCIÓN DE LOS FACTORES EXTERNOS COMO SON LA GUERRA, EL INCREMENTO DE LOS COSTOS EN LOS CONTENEDORES, LA LOGÍSTICA, EL DESABASTO, PERO OBSERVAMOS DEMANDA, ASÍ QUE, PESE A LOS INCREMENTOS, NOSOTROS HEMOS MANTENIDO NUES-

FERNANDO CABRERA

TROS PRECIOS, ADEMÁS DE NO TENER ESCASEZ DE PRODUCTO, LO QUE NOS PERMITIÓ AMORTIGUAR EL INCREMENTO EN UN 5% A UN 10% MÁXIMO, CASO CONTRARIO, EN OTRAS MARCAS SE ENCARECIÓ EN UN 25% Y HASTA 30%”: FERNANDO CABRERA, COORDINADOR DE DESARROLLO COMERCIAL Y RELACIONES PÚBLICAS EN ACTECK/BALAM RUSH.

Desde luego, aunque pareciera sencillo de identificar las oportunidades para el mercado de OEM debido al exponencial crecimiento en algunos segmentos como el gaming, lo cierto es que los espacios y posibles clientes finales para comercializar estas soluciones van mucho más allá y por ende, potenciales negocios para los canales de distribución, al respecto el Director de Productos en Intcomex, Héctor Ramírez, compartió: “Encontramos dos negocios relevantes en el mercado de ensamble, uno son los gamers y otro más sería en recuperar oportunidades en PyMEs que a su vez puede dividirse según sus necesidades de rendimiento y donde puede incluirse a los creadores de contenido, los diseñadores o personas que utilizan grandes cantidades de recursos en función de la rapidez o sus necesidades para generar gráficos o más, y el otro es asegurar que todas las demás oportunidades de negocio que van a las PyMEs también se puedan cubrir con la gama baja de productos”.





Así bien, las estrategias innovadoras dirigidas al OEM permitirán mantener números positivos y competitivos en este mercado, pues durante el año pasado se habló que el ensamble alcanzó ventas mundiales por 89.7 millones de dólares, lo que representa un 20% más que en 2019, lo que dimensiona el alcance e inversión que hacen los usuarios finales para confeccionar un equipo según sus necesidades.

“DE ACUERDO CON LAS MÁS RECIENTES INVESTIGACIONES DE LA FIRMA NPD GROUP, AL CIERRE DEL 2021, LOS CONSUMIDORES INVIRTIERON MÁS DE 5 MIL MILLONES DE DÓLARES EN COMPONENTES DE PC, LO CUAL REPRESENTA UN INCREMENTO DEL 25% EN COMPARACIÓN DEL AÑO ANTERIOR. DICHO ESTO, LA INVERSIÓN PARA ENSAMBLAR UNA COMPUTADORA DEPENDE ENTERAMENTE DE LAS NECESIDADES DEL CONSUMIDOR, NO OBSTANTE, UN PRECIO DE ENTRADA QUE CONSIDERE LOS COSTOS DE TARJETA DE GRÁFICOS, PROCESADOR, TARJETA MADRE Y DEMÁS COMPONENTES, RONDA EN LOS 600 DÓLARES APROXIMADAMENTE”: MANUEL CASTILLO.



MANUEL CASTILLO



Para los trabajos
del **día a día.**

Laptop HP 240 G8

ACTUALIZACIÓN GRATUITA
cuando esté disponible¹

 Windows 11

 SmartBid

Lleva siempre contigo tu Laptop HP 240 G8.

Comprueba que la Laptop HP 240 G8 es la opción ideal:



Trabaja de manera fluida
con Windows 10 Pro.



Procesador Intel®.



Cómoda de transportar.



Protegida por HP Security.



Batería de larga duración.



Permanece conectado
con 5G y 4G LTE.



HP Sure View Reflect.

Lleva la oficina contigo con Windows 10 Pro.

© Copyright 2022 HP Development Company, L.P.

El papel de los canales en el ensamble

Los canales encabezan una parte sumamente relevante en cuanto a acercar soluciones innovadoras y de alto rendimiento para los usuarios finales, esto gracias a los esfuerzos de los desarrolladores, fabricantes y mayoristas, a tal punto de no poder precisar con rigor las inversiones promedio que podría hacer un cliente final, ya que según sus necesidades, también es el costo, aunque uno de los datos relevantes aportados por Intel para este reportaje, estribó en identificar alrededor de 76 millones de gamers en México, lo cual esbozó el tamaño y los límites de las oportunidades que podrían aprovechar los canales, ahondando en el temas así: “En México estamos aproximadamente en los 76 millones de gamers, por lo que, claro que este tipo de usuario va a buscar un equipo con unas cualidades o características un poco más específicas, para poder tener la mejor ejecución, a diferencia de un usuario de entrada o promedio; en el caso de los diseñadores este crecimiento va a acelerar precisamente la demanda que hay en el mercado, principalmente hacia segmentos como educación o en lo profesional, es decir, al segmento de industria, donde si bien no se benefician a la par, sí en un crecimiento conjunto”: Aarón Vudoyra, Ingeniero de Aplicaciones para Intel México.

En el entendido de que, gran parte de los negocios relacionados con gaming sostienen la mayoría de las oportunidades en este mercado, la siguiente tarea era conocer cuál es la estimación del mismo en términos de ventas, pues aunque pareciera un tema independiente, el cordón de nacimiento del OEM y el gaming, cada vez parece ser uno mismo.

“ES UN MERCADO EN CRECIMIENTO CONSTANTE, PARA EL CIERRE DE 2022 EXISTEN ESTIMACIONES QUE INDICAN QUE EL MERCADO GAMING A NIVEL MUNDIAL TIENE UN VALOR DE 198.4 BILLONES DE DÓLARES, POR ESTO ES IMPORTANTE ASEGURARNOS QUE NUESTROS CANALES NO SE QUEDEN ATRÁS EN LAS TRANSICIONES DEL MERCADO DE CÓMPUTO, SIENDO EL GAMING UNA DE LAS ÁREAS DE MAYOR RELEVANCIA Y UNA DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO QUE SE ESTÁN IMPULSANDO CON MUCHA FUERZA EN CT INTERNACIONAL”: JOEL CONTRERAS, SENIOR ACCOUNT MANAGER ADATA MÉXICO EN CT INTERNACIONAL.

PRODUCTOS CON MAYORES GANANCIAS Y OPORTUNIDADES:

Acteck / Balam Rush: El fabricante dijo identificar mayores ganancias en los productos como gabinetes y fuentes de poder, ya que en el portafolio que ofrece la marca, los gabinetes ya vienen integrados con una fuente de poder, además estimó que pueden alcanzar un margen de ganancia a doble dígito y vienen respaldados por hasta 10 años de garantía.

AMD: La compañía aseguró márgenes de ganancia en el área de ensamble, logrando en los primeros meses del año un crecimiento récord de doble dígito en cada uno de sus negocios, incluyendo componentes, en donde observaron una enorme demanda por parte de los consumidores finales, además explicó que los canales de distribución pueden encontrar una gran oportunidad en los procesadores de la familia Ryzen, incluyendo Ryzen 3, Ryzen 5, Ryzen 7 y Ryzen 9, los cuales han demostrado ser excelentes para el mundo de los videojuegos y las tareas de productividad.

ASUS: Con soluciones para gaming, creadores de contenido y más, la marca indicó que cada línea de producto tiene un nicho específico, ya sea Prime, Proart, proyectores y otros, además dijo que en cada línea existe un nicho para desarrollar un nuevo mercado.

CT Internacional: Por su parte, el mayorista dijo ser necesario asegurarse de tener comunicación abierta con fabricantes y usuarios finales, siendo ese medio de contacto el que puede medir el pulso correcto del mercado y así permita seleccionar de manera correcta a las marcas y productos que ofrecerá, así como seleccionar los nichos de mercado que hay que atacar.

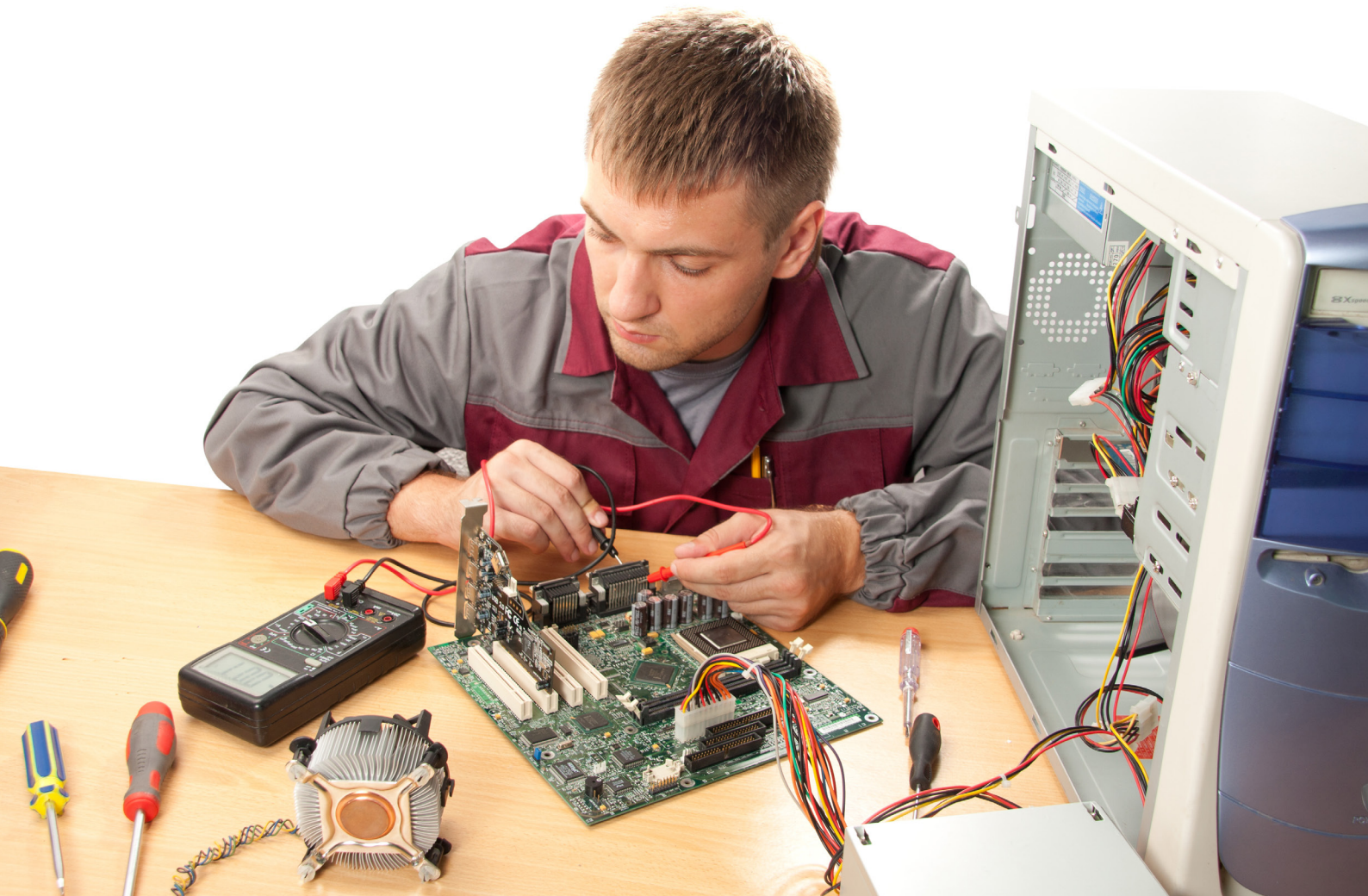
Intcomex: La empresa refirió que, en general, el mercado de gaming puede generar rentabilidad importante, además la compañía explicó que tienen una oferta grande que incluye: componentes, accesorios, sillas, tarjetas de video, tarjetas madre, almacenamiento, SSD y más.

Intel: El fabricante explicó que incluye diferentes tipos de procesadores orientados a diferentes tipos de clientes, y van desde un procesador Core i9, Core i7, Core i5 y más, con los cuales afirmó generar ganancias para los canales.

“SI BIEN HA HABIDO LÍNEAS MUY PARTICULARES DONDE SE ESTÁ NORMALIZANDO LA DEMANDA, PARA NOSOTROS NO SIGNIFICA QUE EL VOLUMEN BAJE, SINO QUE SE ESTÁ MANTENIENDO, LO QUE NOS HA PERMITIDO, EN CUESTIÓN DE FACTURACIÓN, SEGUIR CRECIENDO TRIMESTRE A TRIMESTRE”: VÍCTOR SÁNCHEZ, DISTI SELL IN MANAGER EN ASUS.



VÍCTOR SÁNCHEZ



OEM u ODM

Mucho se ha hablado durante varios años sobre qué es mejor, al momento de adquirir un equipo, hacerlo por tu cuenta e ir ensamblándolo, o comprar algún genérico con prestaciones determinadas desde fábrica para alguna tarea en particular. Naturalmente, las opiniones acerca del tema son incontables, pues están quienes dicen que el fabricante de diseño original (ODM por sus siglas en inglés) es mejor, puesto que el equipo está listo para conectar y usar, lo cual es cierto, pero la desventaja son los costos, ya que según estimó el Coordinador de desarrollo comercial y relaciones públicas en Acteck/Balam Rush, los precios en este tipo de equipos podrían elevarse de manera considerable: “El ahorro o costo de los productos en el ensamble es uno de los factores más importantes, ya que no estás pagando una ingeniería, un desarrollo o un producto desde

cero; además la compatibilidad con los demás productos, asimismo se hace en función de lo que el cliente requiere a diferencia de un ODM, los cuales ya vienen con ciertas características y muchas veces no son compatibles o bien, no se pueden ajustar los componentes según las demandas particulares”.

“EL OEM ES PERSONALIZACIÓN, YA QUE CADA UNO LO REALIZA SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS Y LO QUE BUSCAS EN RELACIÓN AL PERFORMANCE DEL EQUIPO QUE QUIERES ENSAMBLAR”: HÉCTOR RAMÍREZ.



HÉCTOR RAMÍREZ



Mantén-te Cerca



SÍGUENOS EN
revista_esemanal

www.esemanal.mx

VALORACIONES Y OPINIONES SOBRE EL OEM Y ODM:

Acteck / Balam Rush: La marca hizo énfasis en el tema de los costos como un factor determinante al momento de elegir OEM en lugar de ODM, y estimó que algunas veces se podría pagar hasta un 40% menos en un OEM con las mismas características de un ODM; sumado a esto, también observó una gran ventaja para los temas de compatibilidad e integración en función de gustos y necesidades.

ASUS: El fabricante opinó que la diferencia de costos en cada uno de los componentes es mayor, en comparación con la tarea de hacer una integración propia; además otra ventaja que identificó es controlar el futuro de expansión del producto y compatibilidad.

CT Internacional: La compañía aseguró que un gran atractivo del mundo gaming es la posibilidad de la personalización y sentirte parte del juego, desde un tipo de gabinete, el disipador de una memoria, el RGB en los componentes y periféricos, la calidad de audio en una diadema y más, lo que sólo puede proveer el OEM y que entrega la posibilidad de convertirse en una expresión a través de un setup gaming acorde a los gustos y la manera de jugar.

Intcomex: El mayorista fijó su postura y relevancia del OEM en la personalización y el performance, siendo los distintivos principales y prestaciones que marcan la diferencia con un equipo de fábrica.

Intel: La principal ventaja que el fabricante identificó en el OEM es la personalización y la expansión.

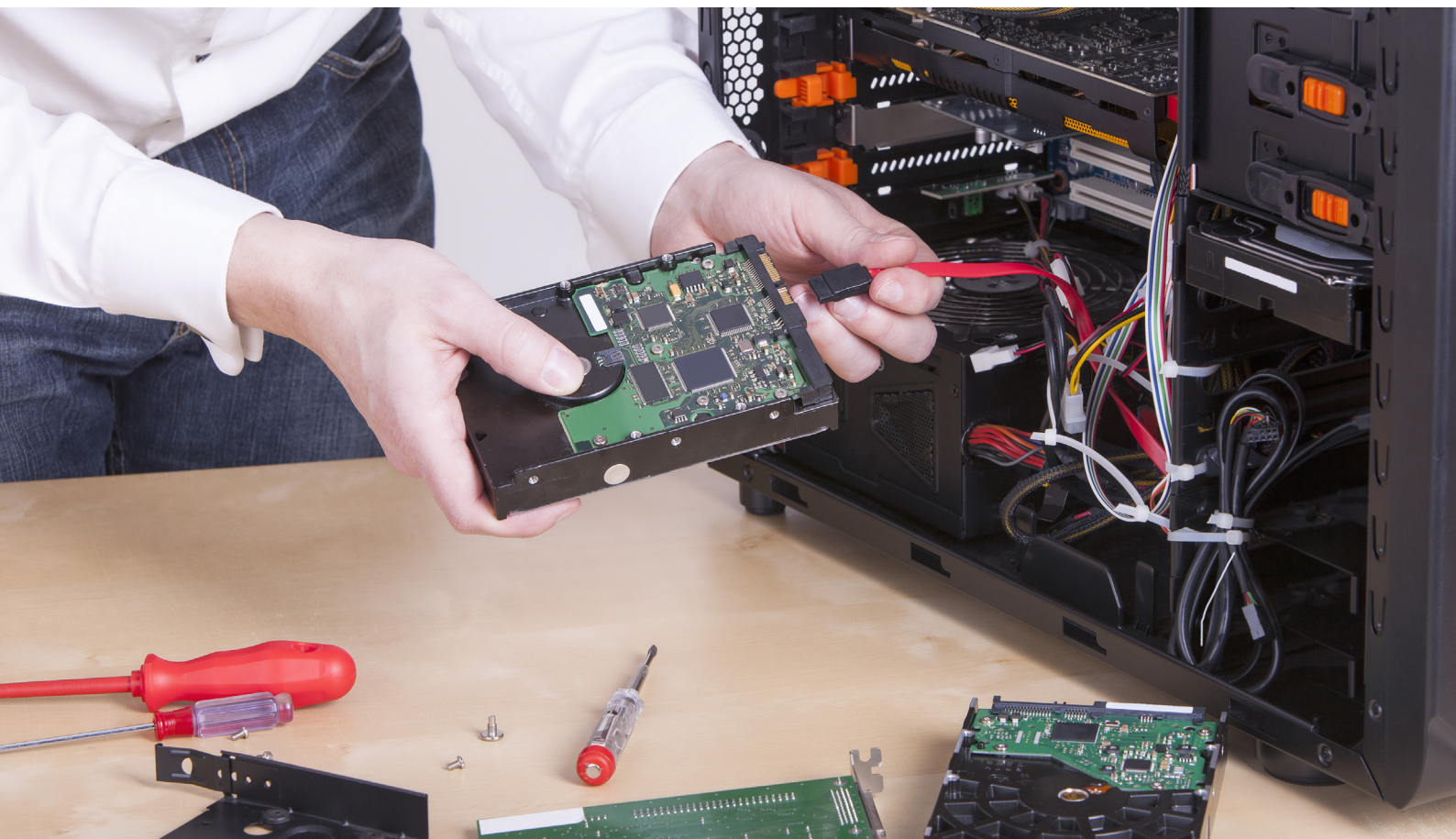
Recomendaciones en OEM para el canal

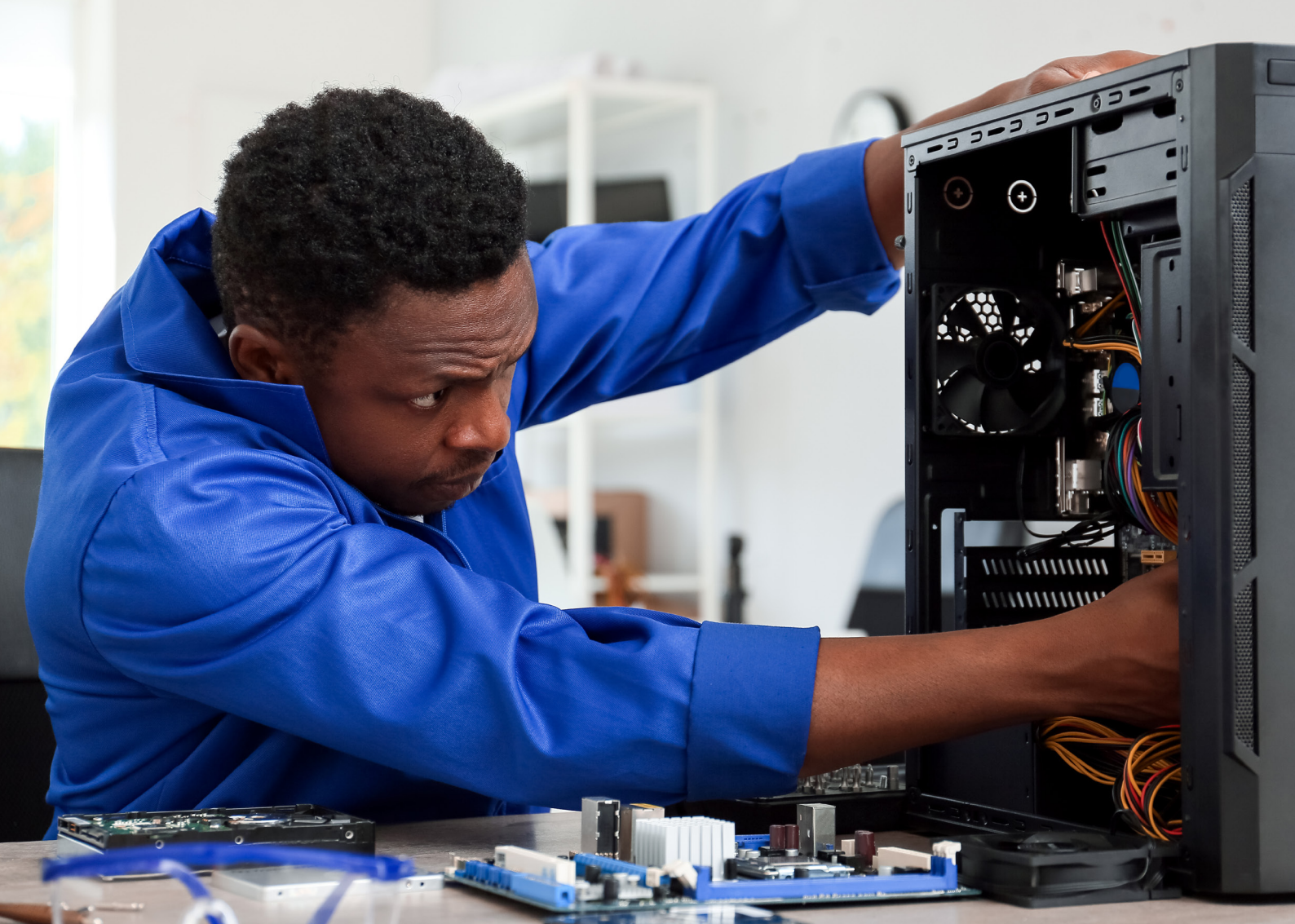
En conclusión, el mercado es sumamente generoso para el ensamble, aunque no se debe perder de vista que, como en todo nicho de mercado lo más importante está en capacitarse, certificarse y posterior, comprender a fondo las necesidades de los clientes finales o de las empresas, para que los productos que se ofrezcan no se limiten a ello, sino que reformulen la presentación y capacidad frente al mercado en el caso de las empresas o bien, en el caso de los usuarios finales, la inmersión, el performance, la calidad y el costo, sea el sello distintivo, que convierta al canal en un asesor tecnológico de cabecera y no sólo de venta de productos o soluciones.

“LA VENTAJA QUE TE ENTREGA PODER HACER TU PROPIO ENSAMBLE, Y QUE DICHO SEA DE PASO ES UNA VENTAJA MUY GRANDE, ES QUE TÚ PUEDES PERSONALIZARLA COMO QUIERAS, LO QUE A SU VEZ TE ENTREGA UNA POSIBILIDAD DE EXPANSIÓN QUE UN EQUIPO DE FABRICANTE NO PODRÍA ENTREGAR”: AARÓN VUDOYRA.



AARÓN VUDOYRA





Sin salir de la misma línea de ideas, el Senior Account Manager Adata México en CT Internacional, coincidió en que la personalización es un elemento crucial entre elegir un equipo de manufactura masiva y algo que se escoge y piensa según su uso, así lo profundizó: “Un gran atractivo del mundo gaming es la posibilidad de la personalización y sentirte parte del juego, desde un tipo de gabinete o el disipador de una memoria”.

“CUANDO TÚ DECIDES TU PROPIA MÁQUINA, ES MUCHO MÁS FÁCIL QUE TÚ SEPAS QUÉ ES COMPATIBLE, CON QUÉ MARCAS QUE CONOCES O ENTIENDES, A DIFERENCIA DE LOS PROCESOS DE FABRICACIÓN, QUE TIENEN QUE SER CON CIERTOS LINEAMIENTOS Y QUE REGULARMENTE SOLO SON COMPATIBLES CON LA MISMA MARCA”: VÍCTOR SÁNCHEZ.

Finalmente, el OEM seguirá ganando terreno en la preferencia de las usuarios finales en diversos nichos de mercado, principalmente por las prestaciones que ofrece en cuanto costos, performance y personalización del mismo, por lo que, los canales están frente a una oportunidad muy grande, ya que el negocio aguarda en todo tipo de componentes, periféricos e incluso respaldo o protección de energía, lo que, en caso de estar capacitados e incluso certificados en más de una tecnología o productos, les abrirá importantes negocios, no sólo para integrar una solución completa de ensamble, sino para convertirse en un consultor tecnológico de sus clientes finales, lo que eventualmente les traerá mayores oportunidades.

FELICITA

LUNES 30 MAYO

GILBERTO FERREIRA RUÍZ, DIRECTOR GENERAL DE GFR TELECOMUNICACIONES

JORGE BLANCO VERGARA, TERRITORY MANAGER LATAM EN AXTEL HEADSETS

MARÍA ESTRELLA LANDA OLVERA, CIO EN TU SYSADMIN

ABASIST POR SU 14 ANIVERSARIO

MARTES 31 MAYO

GERMÁN QUIROGA, DIRECTOR DE CONCEPTONET

HAYDÉE ARÁMBULA VILLASIS, MARKETING MANAGER EN TEAM

MANUEL ALEJANDRO OCHOA ESPINOSA, DIRECTOR GENERAL DE BLINDAJE ELECTRÓNICO

MIÉRCOLES 1 JUNIO

CLAUDIA FERNÁNDEZ CORTEZANO, ADMINISTRACIÓN EN ICONNET

ELIANA PÉREZ, EJECUTIVA DE MARKETING EN TD SYNnex

IZÉBEL ORTÍZ GÓMEZ, SUPERVISORA DE MARKETING EN DELOITTE CONSULTING MÉXICO

BUFFALO POR SU 47 ANIVERSARIO

COMPUSALES POR SU 20 ANIVERSARIO

JABRA POR SU 153 ANIVERSARIO

TEAM POR SU 41 ANIVERSARIO

TEC ELECTRÓNICA POR SU 43 ANIVERSARIO

JUEVES 2 JUNIO

ALEJANDRO SANTIAGO HERNÁNDEZ, TERRITORY MANAGER SMB EN AWS

ANA MARÍA DEL CARMEN TEHUTLE RIVERA, SERVICIOS GENERALES EN INTCOMEX

DAVID GUTIÉRREZ GONZÁLEZ, DIRECTOR DE SOLUCIONES Y ALIANZAS EN CLOUD ENTERPRISE SERVICES

BROBOTIX POR SU 12 ANIVERSARIO

VIERNES 3 JUNIO

ALEJANDRO VARELA CRAVIOTO, COUNTRY MANAGER MÉXICO DE COREL

ISMAEL TOSCANO SÁNCHEZ, REGIONAL SALES MANAGER, LATAM EN BARRACUDA NETWORKS

COREL MÉXICO POR SU 37 ANIVERSARIO

SÁBADO 4 JUNIO

CARLOS GARCÍA RUÍZ, DIRECTOR GENERAL DE DATARIAL

FRANCISCO MEJÍA JIMÉNEZ, DIRECTOR GENERAL DE MAYFRA

JOSÉ MARÍA NAVARRO GONZÁLEZ, DIRECTOR GENERAL DE COMPUFIX

ROTI POR SU 21 ANIVERSARIO

DOMINGO 5 JUNIO

DÍA DEL MEDIO AMBIENTE

CLAUDIA MARTÍNEZ SALCEDO, SENIOR ACCOUNT EXECUTIVE EN GCI WORLDWIDE

TECNOSINERGIA POR SU 16 ANIVERSARIO

GUÍA DE COMPRA

Sillas Gamer

LOS FABRICANTES LLEVAN AL MERCADO UNA AMPLIA VARIEDAD DE SILLAS GAMER, IDEALES PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE JUEGO, PERO TAMBIÉN LA DEL TRABAJO REMOTO; A CONTINUACIÓN, PRESENTAMOS ALGUNOS MODELOS DISPONIBLES PARA EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN.

Texto: **Anahi Nieto**

Balam Rush

BR-932868 Silla Gamer Thunder
Tour BR Edition

Características: Reposabrazos 4D, pistón de gas clase 4, soporta hasta 150 kg, inclinación de 90° - 180°, bloque de ángulo de inclinación, mecanismo de mariposa.

Garantía: Dos años.



Balam Rush

BR-932929 Silla Gamer Thunder
Comp Gray Edition

Características: Reposabrazos 4D, pistón de gas clase 4, soporta hasta 150 kg, inclinación de 90° - 180°, bloque de ángulo de inclinación, mecanismo de mariposa.

Garantía: Dos años.



GUÍA DE COMPRA

Naceb

Silla Gamer Titan negro NA-0935N

Características: Línea sillas gamer Titan en color negro, azul, rojo, blanco y rosa; materiales en vinipiel/nylon, base y estrella metálicas de ultra durabilidad, pistón calibre#3, reposa brazos acojinados, respaldo y asiento con la forma lumbar en materiales de acojinamiento en espuma y forro de vinil y nylon.

Garantía: Un año.



Naceb

Silla Gamer Falcon Blanca NA-0940B

Características: Sillas gamer Falcon en blanco con negro y rojo con negro; materiales en nylon, estructura y estrella metálica que le da durabilidad, pistón calibre#3, forros elásticos y memory foam que ajusta el peso y distribución del cuerpo del usuario hasta 140kg, cuenta con soporte lumbar y cervical.

Garantía: Un año.





SÍGUENOS EN
LinkedIn

/NOTICIASDEL**CANAL**

Ocelot

Silla Gamer AC-8730

Características: Soporta hasta 150 kg. Inclination de 90° a 155°, cuenta con 2 cojines (lumbar y cervical) con banda elástica, estrella con 5 ruedas (las ruedas no dañan el piso al deslizarse), base hidráulica de aire, 1 palanca para ascender y descender el pistón, una palanca para reclinar el respaldo. Descansa brazos ajustables (altura y laterales), con piel sintética y espuma de poliuretano.

Garantía: Un año.



Ocelot

Silla Gamer RGB AC-9675

Características: Iluminación RGB ajustable por medio de control remoto, soporta hasta 150 kg. Inclination de 90° a 155°, cuenta con 2 cojines (lumbar y cervical) con banda elástica. Estrella con 5 ruedas (las ruedas no dañan el piso al deslizarse), base hidráulica de aire, 1 palanca para ascender y descender el pistón, 1 palanca para reclinar el respaldo. Descansa brazos ajustables (altura y laterales). Piel sintética y espuma de poliuretano.

Garantía: Un año.



Xzeal

Silla gaming con textil automotriz XZ25

Características: Silla gaming con textil automotriz, 180 grados de giro de respaldo, pistón de alto impacto de clase 4 con estrella metálica de 5 soportes totalmente resistentes, ajuste de brazos 4D y base metálica de acero con soportes reforzados con soporte lumbar para garantizar la mejor comodidad.

Garantía: Un año.



Xzeal

RGB XZ15

Características: Silla gaming con RGB y 180 grados de giro de respaldo, pistón de alto impacto de clase 4 con capacidad de hasta 150 kg. Estrella metálica de 5 soportes totalmente resistentes, ajuste de brazos 4D y base metálica de acero con soportes reforzados con soporte lumbar y textil automotriz para garantizar la mejor comodidad.

Garantía: Un año.



SÍGUENOS CON UN



f /Revista eSemanal

www.esemanal.mx

GUÍA DE COMPRA

Yeyian

Silla Gaming YFRD-042920 RYUJI
Desert Camo, Poli/NYL, SOP 150KG

Características: Con diseño ergonómico y un estilo de camuflaje único, se adapta perfectamente al cuerpo y reduce la tensión en el cuello, los hombros y la espalda, lo que lo mantiene cómodo durante las largas horas de juego. Esta construido con un mecanismo mariposa reclinable hasta 165° y con giro de hasta 360°. Cuenta con reposabrazos y altura ajustable. Cubierta con un poliuretano y nylon, y una base metálica de 1.5mm de alta resistencia para mayor estabilidad y durabilidad. El armazón de metal está diseñado para ayudar a promover una posición cómoda y correcta. La silla de juego incluye un cojín lumbar y cervical para extra soporte.

Garantía: Un año, cambio físico inmediato.



Yeyian

Silla Gamer YFC-ECFL-01-GR,
Drakkar, Malla Textil, HAST150K Verde

Características: Ofrece comodidad, hombros y respaldo más altos para que no empiece a sentirse cansado. Fabricada con textil y piel sintética de alta calidad, fácil de limpiar y materiales cómodos que ofrecen propiedades de enfriamiento. Algunas de las ventajas de su diseño es que incluye mecanismo de mariposa, es reclinable hasta 150° y para la comodidad cuenta con descansabrazos ajustables 2D. Tiene un excelente diseño de tela respirable que ofrece un asiento cómodo, la mejor manera de mantenerse fresco y concentrado en el juego. Incluye almohadas cervicales / lumbar que sostienen las curvas naturales de una columna vertebral alineada y saludable.

Garantía: Un año, cambio físico inmediato.



VEEAMON 2022, VALOR, CRECIMIENTO Y OPORTUNIDADES PARA EL CANAL

Autor: Álvaro Barriga

- LA RETROALIMENTACIÓN DE LOS SOCIOS ES VITAL PARA SUPERARSE
- MÁS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN KASTEN PARA KUBERNETES
- EN SEPTIEMBRE REPLICARÁN EL EVENTO EN MÉXICO

Las Vegas, Nevada, EEUU. Del 16 al 19 de mayo se llevó a cabo de manera presencial el tradicional VeeamON 2022, evento que por cuestiones de pandemia se dejó de realizar (presencialmente) durante dos años. El foro fue el indicado para presentar a Anand Eswaran, CEO de Veeam, quien se dijo emocionado por regresar al formato presencial, el directivo presentó su visión sobre el futuro de la protección de datos.

“CELEBRAMOS QUE SOMOS EL PROVEEDOR DE PROTECCIÓN DE DATOS NÚMERO UNO EN EL MERCADO; HEMOS LOGRADO UN CRECIMIENTO ARR DEL 25% AÑO SOBRE AÑO PARA EL PRIMER TRIMESTRE DEL 2022, CON NUESTROS NEGOCIOS DE NUBE, SAAS Y KUBERNETES, CRECIENDO DE MANERA SIGNIFICATIVA. AUNQUE LAS MACROTENDENCIAS QUE ENFRENTA LA INDUSTRIA DE TI PRESENTAN MUCHOS DESAFÍOS COMO LA AMENAZA DE LOS ATAQUES DE RANSOMWARE Y LA ADOPCIÓN GLOBAL DE ARQUITECTURAS DE NUBE MÚLTIPLE/HÍBRIDA, NOSOTROS, COMO COMUNIDAD, NOS HEMOS UNIDO PARA OFRECER LAS SOLUCIONES MÁS SÓLIDAS A NUESTROS CLIENTES”: ANAND ESWARAN, CEO DE VEEAM.



ANAND ESWARAN

En su conferencia explicó que en 2021 Veeam presentó más de 30 actualizaciones de productos, incluyendo Veeam Backup & Replication v11a que incluye las soluciones nativas de nube para proteger los datos en AWS, Azure y Google Cloud.

Logros y oportunidades

Sara Wilson, Directora de Canal para Latinoamérica en Veeam, dijo a eSemanal que es importante dejar el mensaje de la importancia del backup como la última protección contra el ransomware, ya que están incrementando los ataques, pero los clientes que utilizan las soluciones de la marca tienen protección con sus respaldos y pueden asegurar que sus datos se pueden recuperar ante cualquier posible desastre, ya sea ataque cibercriminal o desastre natural, por ello es necesario que los clientes y canales sepan que con la marca están protegidos.

“Otro mensaje importante es que somos una compañía enfocada 100% al canal. Además, de acuerdo con IDC somos líderes en solución de backup en LATAM, por tercer año consecutivo; los clientes están respondiendo muy bien a la solución, por lo que es un buen momento para los canales que ya trabajan con nosotros desde hace



SARA WILSON

tiempo y quieren continuar solidificando su negocio con nosotros, estamos abiertos a nuevos socios”, destacó.

Wilson habló sobre el reclutamiento de canales, “tenemos la nueva solución Kasten que es respaldo para Kubernetes, es un área importante de crecimiento, tal vez para atender con más canales adicionales de con quienes ya trabajamos, que pueden agregar su conocimiento y certificarse para conocer técnicamente Kasten. El mejor perfil para aprovechar este negocio es de alto conocimiento en kubernetes, Red Hat, entonces si el canal sabe de esto puede conocer mejor a Kasten”.

Indicó que a pesar de ser años difíciles por la pandemia, con el canal de la región, Veeam ha logrado crecimiento, de hecho, la directiva calificó de “espectacular” el 2021 para la marca, “los socios continúan viendo márgenes altos de ganancia, concretando nuevos

negocios, ayudando a muchos clientes a transformarse a la nube, así que los socios en general están contentos y satisfechos de trabajar con nosotros”.

Cabe mencionar que este año, Wilson reestructuró la estrategia de rebates para el canal, doblando la inversión de la compañía; antes los canales Gold y Platinum obtenían 2% y 1%, respectivamente, por su nivel y en 2022 se duplicó el monto del rebate. “También implementé unos aceleradores sin cortar el margen al frente, así que sigue siendo muy rentable para los asociados. Queremos mostrarles que Veeam tiene mucho interés en seguir invirtiendo en ellos”.

Sara Wilson mencionó que este año agregaron cuatro elementos más a su equipo en la región, una persona adicional en México (ahora son 6 para atender al canal de los 30 que trabajan en la compañía en el país).

MAYORISTAS DE VEEAM EN MÉXICO

--CompuSoluciones, Ingram Micro y TD SYNEX para venta on premise.

--En el caso de los mayoristas de ventas de cloud: CompuSoluciones, Ingram, Licencias Online, Datavision y Adistec.

“EL NIVEL Y CAPACIDAD DE LOS CANALES EN LATAM ES MUY POSITIVO, YA QUE ADEMÁS DE SER NÚMERO UNO EN VENTAS EN LA REGIÓN, MUCHAS COSAS QUE SE HACEN AQUÍ SE ESTÁN REPLICANDO CON LOS SOCIOS DE OTRAS PARTES DEL MUNDO”: SARA WILSON.

Wilson mencionó que ofrecen apoyos en preventa, postventa, marketing, acompañamiento, márgenes de ganancia, certificaciones y productos necesarios para proteger los datos.

Habló de la promoción Accelerate to Veeam en la que los canales que también son proveedores de servicios profesionales certificados por la marca (Advance Veeam Accredited Service Provider), se ofrece hasta un 10% de descuento en los servicios profesionales dados por el canal VASP de Veeam, “es algo que los canales pueden aprovechar más y en Brasil está dando buenos resultados, en México se puede aprovechar más”.

Importante la retroalimentación del canal

Kevin Rooney, VP Americas Channel, dejó en claro que el ecosistema de partners en la región ha realizado un trabajo fantástico y que tienen un panorama de oportunidad muy amplio en todos los sectores.



MAURICIO GONZALEZ, KEVIN ROONEY Y PAUL STREIZICK

Sobre la posibilidad que tienen los socios para lograr un mejor crecimiento, señaló que se deben aprovechar las herramientas que la marca les ofrece como certificaciones, dijo que deben continuar desarrollándose para seguir creciendo los próximos años.

Otro punto importante que mencionó Rooney, es la retroalimentación que les dan los canales, porque gracias a ello pueden mejorar los programas y ajustarse a algunas de sus necesidades. “Es un trabajo continuo que haremos, ya que nos interesa saber qué necesitan para ser mejores día a día”, afirmó.

Por su parte, Paul Streizick, General Manager and Senior Vice President Americas en Veeam, explicó que el crecimiento en la adopción de la nube y la transformación digital han ayudado al incremento del negocio de la marca y de sus socios de negocio, "El trabajo que ha realizado Mauricio Gonzalez con los canales y clientes ha sido determinante para el crecimiento año con año", aseguró.

Mencionó que los programas que la compañía brinda a los canales, les dan beneficios y habilidades técnicas y comerciales, así como apoyos de marketing, para que puedan desarrollar mejores habilidades de cara al mercado, de acuerdo a su perfil, para que puedan agregar más valor a su oferta y brindar una mejor atención a sus clientes.

El directivo resaltó el trabajo de los partners en toda la región, especialmente los de Argentina, Brasil, Colombia y México, donde han logrado un posicionamiento muy importante.

Streizick agregó que además de la retroalimentación que obtienen de los canales, también escuchan a los clientes, ya que eso ayuda a mejorar la satisfacción y el mejor funcionamiento de la cadena de valor.

Mauricio Gonzalez, Vicepresidente de Ventas para América Latina en Veeam, afirmó que la oportunidad para sus canales es muy grande en las tecnologías que la marca comercializa, ya que son de gran valor para los clientes, por lo que las expectativas para los próximos años son amplias.

Comentó que crecieron de 110 a 150 los recursos humanos de Veeam en la región, además de aumentar las inversiones en iniciativas de marketing que respaldan y completamente el negocio en conjunto, "hemos mejorado los programas de socios de negocio y la rentabilidad, hemos seguido innovando y mejorando nuestro conjunto de soluciones, hemos visto a la región de América Latina y el Caribe lograr un crecimiento espectacular, alcanzar market share número uno en la región y convertirse en una parte importante y significativa del negocio global de Veeam".

México, un punto estratégico

Abelardo Lara, Director General de Veeam en México, compartió con eSemanal que el crecimiento de la marca en el país ha sido positivo, ya que cuando ingreso a la compañía, hace cinco años, solamente habían cinco personas de la marca en México y ahora son más de 30, con oficinas en Ciudad de México y representación en Monterrey (para cubrir el norte) y Guadalajara (para cubrir occidente y bajo). Además



ABELARDO LARA

desde la Capital del país cubren sureste y el otro grupo cubre el resto de los estados. Actualmente disponen de más de 2500 clientes en México, con un ecosistema de más de 800 socios de negocio de los cuales, entre 250 y 300 son recurrentes. El crecimiento en la región fue de 32% y en el país no ha sido la excepción.

Comentó que del total de asistentes a VeeamON, 40 personas fueron de México, entre clientes y canales, principalmente de CompuSoluciones y TD SYNEX.

Destacó que a raíz de la pandemia les fue muy bien, "tenemos nuevas formas de trabajar, al inicio trabajamos todo bien de manera virtual y nosotros desde hace un año comenzamos a salir a visitar a clientes a través de los canales, también trabajamos muy de la mano haciendo capacitaciones virtuales".



TOMAS DACOBA

“LLEVO 30 AÑOS TRABAJANDO EN LA INDUSTRIA Y VEEAM ES UNA EMPRESA LÍDER, TIENE RECONOCIMIENTO EL MERCADO, LO CUAL TE FACILITA TODO COMO DIRECTIVO PARA ATENDER EL MERCADO. SOMOS LÍDERES EN AMÉRICA LATINA EN BACKUP Y REPLICACIÓN DE DATOS, ASÍ COMO EN TODO LO QUE TIENE QUE VER CON EL DATACENTER MODERNO”: ABELARDO LARA.

El director destacó que apoyan a los clientes y al canal en su transformación digital, con distintas herramientas e iniciativas. Por otra parte, mencionó que el 76% de las empresas han sufrido algún tipo de ataque de ransomware en el último año, “Con Veeam van a tener la seguridad de que si sufrieran algún ataque, van a recuperar su información, con cero errores. Este producto es algo que gusta a los clientes, les da seguridad y además es de fácil uso y amigable”, afirmó.

Lara dejó en claro que están aquí para acompañar al canal, “estamos convencidos que la mejor manera de llegar a los clientes es a través del canal y socios de negocio, muchas gracias a todos ellos. Mi objetivo en este años superar los más de 3000 clientes, tenemos una solución horizontal que puede ir a cualquier vertical”.

Marketing estratégico

Tomas Dacoba, Director de Marketing para América Latina y Caribe en Veeam, explicó que en América Latina colaboran más de 150 personas en la compañía, 10 de ellas enfocadas al tema de marketing, con dos objetivos: generación de demanda con actividades para usuarios finales de todo tipo, y la otra tiene por objetivo apoyar a su fuerza de distribuidores y canales con sus actividades. “Tenemos un plan de marketing trimestral en el que alineamos sus planes de mercadotecnia con los nuestros, para que con base en ellos formar una calendarización ya sea de eventos, planes e incentivos, y ahora, después de todo este tiempo que hicimos muchos eventos virtuales, podemos decir que hemos dado la vuelta a la página y vamos a regresar a los eventos presenciales”.

En ese sentido, Abelardo Lara aseguró que el área de marketing es estratégico para diseñar planes con sus socios de negocio e inversiones para ayudarles en su generación de demanda y requerimientos puntuales.

“EL 40% DE LA INVERSIÓN EN MARKETING A NIVEL ANUAL ESTÁ DESTINADA A PARTNERS, LO CUAL ES UN NÚMERO MUY IMPORTANTE”: TOMAS DACOBA.

El directivo explicó que la marca tiene un buen sistema de alineación de lo que es el mensaje de Veeam con la propuesta extendida del canal para apoyarlos. Además cuentan con diversas herramientas dentro del Veeam Partner Portal, que es el gestor de canales, con varios apoyos de marketing disponibles para los asociados, desde los más sencillos hasta una persona que les ayuda a optimizar los recursos y sacarle mejor provecho a lo que la marca les ofrece.

“Todo el contenido de valor que se ha vivido en Veeam On, lo vamos a llevar a México Veeam on Tour Forum en septiembre de 2022, se vienen grandes novedades”, concluyó Dacoba.

VeeamON se caracterizó por el valor de contenido a sus clientes y socios de negocio, quienes además de tener acceso a información privilegiada sobre las tendencias del mercado de ciberseguridad, y protección de datos, pudieron asistir a laboratorios para conocer el funcionamiento de las soluciones de la marca.

Por último, la compañía anunció que el próximo VeeamOn 2023 se llevará a cabo en Miami, Florida.



SÍGUENOS EN
TWITTER

@eSemanal

SPECTRE y ENVY

son las nuevas laptops de HP

diseñadas para creadores de contenido

- **INTEGRAN LA ÚLTIMA TECNOLOGÍA EN AUDIO Y VIDEO.**

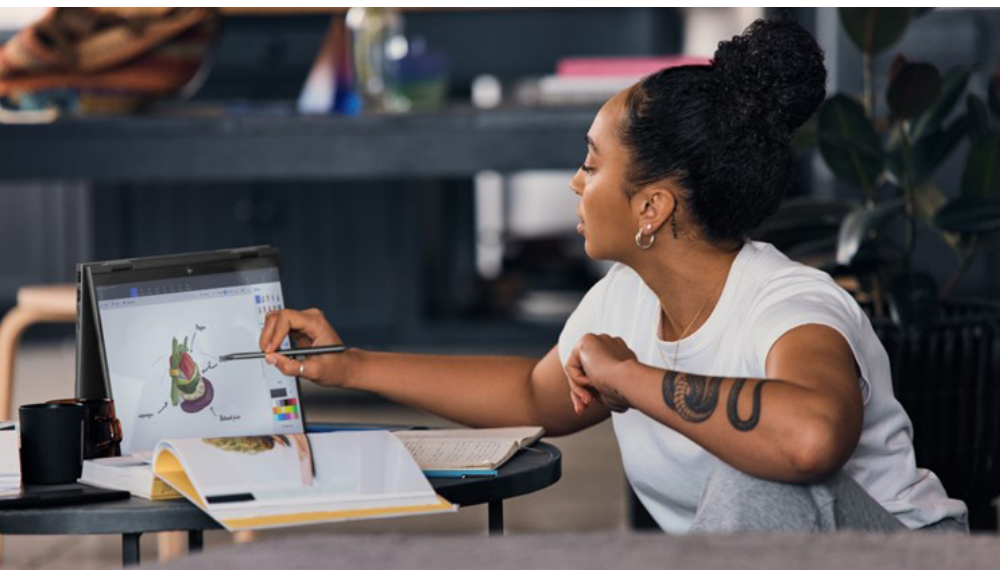
- **LOS EQUIPOS ESTÁN ELABORADOS CON ALUMINIO RECICLADO Y PLÁSTICO RESCATADO DEL OCÉANO.**

Texto: Anahi Nieto

De acuerdo con HP, el 68% de los creadores comenzó o expandió su negocio independiente durante la pandemia, mientras que el 98% de ellos monetizó su creación de contenido a tiempo parcial; aunado a ello, y teniendo en cuenta que la productividad también se asocia con el rendimiento de los dispositivos, el 60%

considera importante el rendimiento de su equipo de cómputo. Motivados por las necesidades de ese tipo de usuarios, quienes requieren herramientas para colaborar con los demás de forma sencilla, el fabricante anuncio nuevos lanzamientos, las nuevas laptops HP Spectre y HP Envy, construidas para otorgar flexibilidad, crear y vivir sin complicaciones en las exigencias del esquema de trabajo híbrido.

“Los creadores no son solamente los fotógrafos, diseñadores, compositores y editores profesionales; cada persona es un creador que colabora con amigos, familia y colegas, y que produce desde su casa, el trabajo y todos los demás lugares. El mundo híbrido de hoy requiere una nueva perspectiva sobre qué se crea con qué. Por esta razón, HP lanza un conjunto variado de dispositivos en las líneas Spectre y Envy para permitir la creación sin limitaciones”, expuso Josephine Tan, jefa global de Sistemas Personales de Consumo.



Características

Con el fin de brindar mejores experiencias de audio y video, los dispositivos están contruidos con HP Presence y HP GlamCam, así como diferentes características que los vuelven robustos y competitivos en el mercado, tales como:

- Integran una cámara de 5 MP para una mejor resolución.
- HP Auto Frame y HP Dynamic Voice Leveling, para brindar un encuadre automático y nivelación dinámica de la voz.
- Backlight Adjustment: ajuste de luz de fondo que corrige automáticamente las imágenes de video en cualquier entorno.
- Appearance Filter: filtro de apariencia que permite retocar fácilmente la piel, los dientes y los ojos.
- Reducción de ruido con IA bidireccional, micrófonos direccionales con tecnología beamforming y altavoces cuádruples para una mejor experiencia de sonido.
- Network Booster, optimiza el ancho de banda de la red y reduce los congelamientos de pantalla y las llamadas caídas.
- Alertas de privacidad basadas en IA, difuminan la pantalla cuando aparecen elementos externos al usuario.
- Las laptops 2-en-1 miden: Spectre x360 de 13.5 pulgadas y HP Spectre x360 de 16 pulgadas.

Ambos equipos también cuentan con una pantalla táctil que puede complementarse con lápices digitales compatibles con PCs para tomar notas o realizar trazos de forma sencilla.

Para atender las jornadas de los creadores de una forma más óptima, las laptops presentan herramientas de administración inteligente de la batería con las cuales es posible extender la duración de la misma; por ejemplo, con el optimizador de batería adaptativo, Adaptive Battery Optimizer, se supervisa la temperatura, el estatus de la carga y el tiempo de uso de ésta para conservar su salud. Smart Sense es otra función que optimiza el rendimiento, la temperatura y más de un dispositivo con base en la aplicación que se esté utilizando.

Aunado a lo anterior, los nuevos lanzamientos se equipan con los últimos procesadores de Intel o AMD, como el Intel Core de 12a generación o AMD Ryzen 7, por ejemplo.

Ya que el 66% de los consumidores toma en cuenta la sustentabilidad cuando realiza una compra, y el 81% espera comprar más productos amigables con el medio ambiente en los próximos cinco años, todos los nuevos equipos de HP están elaborados con aluminio reciclado y plástico rescatado del océano y cuentan con las certificaciones Epeat Gold y Energy Star.

EL PORTAFOLIO DE CIBERSEGURIDAD DE TEAM CRECE CON STRATOSPHERE

- LANZAN SOLUCIONES DE DLPAAS, END POINT SECURITY Y EMAIL SECURITY
- PROMETEN SERVICIOS MÁS RÁPIDOS Y BARATOS
- TEAM ES LA COMPAÑÍA CON MAYOR CRECIMIENTO EN CIBERSEGURIDAD EN MÉXICO, EL SEGUNDO EN LATAM

Autor: Anahi Nieto

Tecnología Especializada Asociada de México (TEAM) anunció recientemente el lanzamiento de un nuevo portafolio de ciberseguridad basado en Stratosphere, su propia nube; las nuevas soluciones y servicios prometen aumentar la rentabilidad y utilidad del canal.

Miguel Ruiz Hernández, CEO de TEAM, explicó que el propósito de Stratosphere está orientado hacia cloudificar soluciones y servicios, conectarlos entre sí, habilitar, crear capacidades técnicas y comerciales e incluir al ecosistema, acciones que ningún otro competidor realiza en México y menos con un cloud propio.

“Después de servicios cloud y as a service, ciberseguridad es el área que más negocio está generando, con crecimientos del 30 al 40% por año; en el país somos la compañía número uno en crecimiento, y el número dos en Latinoamérica. Nuestros objetivos con los canales son que quieran crecer sus negocios, ganar más, que integren servicios, revendan servicios que ya tenemos o que se van creando, que cuando estén integrados realicen up-sell y cross-sell, eso suma mucho para sus negocios y el partnership. Adicionalmente, tenemos proyectos que abordamos en conjunto”, detalló Ruiz Hernández.

Stratosphere, con características de cloud público

Basadas en la infraestructura de Stratosphere, diferentes soluciones que se van creando fortalecen el portafolio de ciberseguridad del mayorista; además de exponenciarlo al comercializarlo a través de un servicio administrado.



MIGUEL RUIZ HERNÁNDEZ

La estrategia de promover las soluciones en este tipo de infraestructura está relacionada con la búsqueda de que el ecosistema de socios tenga a su alcance soluciones que los ayuden a tener negocios más rentables. Por lo anterior, TEAM entrega al ecosistema un portafolio de ciberseguridad que busca diferenciar su oferta con valores agregados, ya que presenta una combinación de tecnologías de vanguardia, Stratosphere Endpoint Security, Stratosphere Email Security y Stratosphere Data Loss Prevention, con las cuales podrán atender a las necesidades crecientes del mercado y fortalecerse. El mayorista incorpora a Stratosphere como una marca estratégica dentro de su oferta de valor, entregando soluciones de DLPaaS, End Point Security y Email Security para el mundo de ciberseguridad.

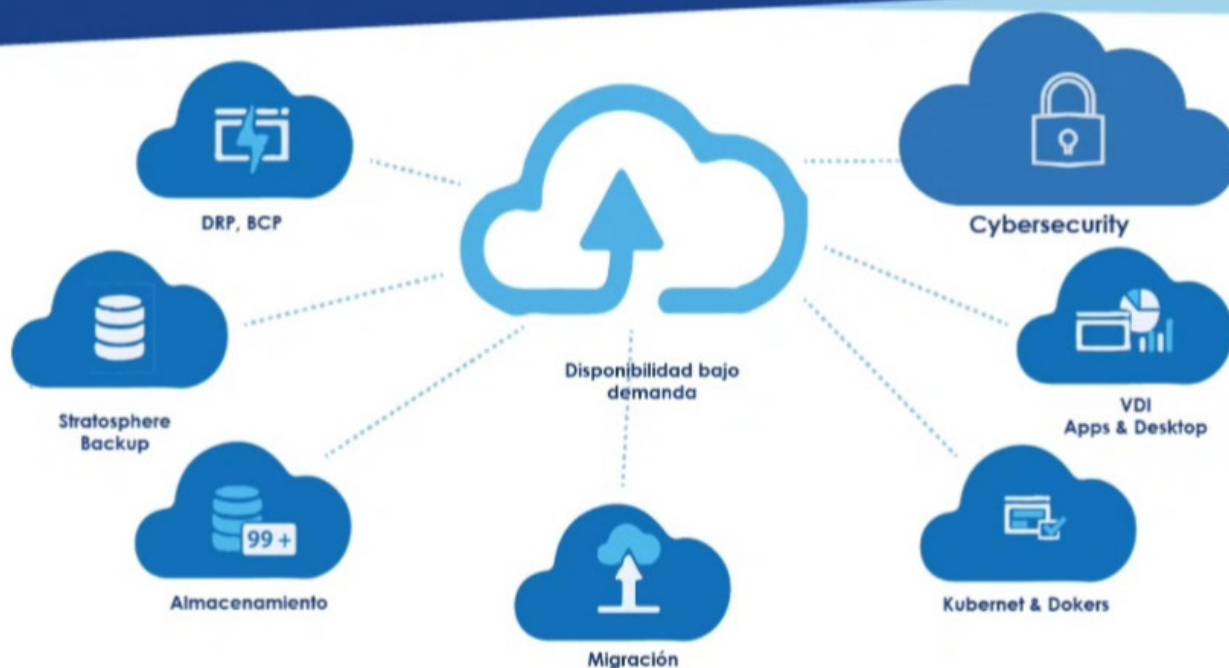
Con el portafolio de ciberseguridad, el mayorista busca proteger cinco vectores principales:

- Seguridad de la red (stratosphere next generation firewall): solución que aporta un nuevo enfoque a la forma en que identifica riesgos, protección contra amenazas y respuesta a incidentes mientras proporciona un rendimiento óptimo.
- Seguridad del usuario (stratosphere endpoint security): sistema central de seguridad que elimina los riesgos en casos de amenazas para el sistema, evitando que se transmitan a los dispositivos conectados.
- Seguridad de la información (stratosphere data loss prevention): solución alojada en la nube, unificada para detectar, supervisar y proteger la información confidencial en las estaciones de trabajo aplicando políticas y controles de seguridad de datos consistentes en todas sus aplicaciones en la nube.
- Solución de protección de la información (stratosphere back up): permite proteger, almacenar y administrar la información de una empresa de forma segura y eficiente, con un respaldo en la nube.
- Seguridad del correo electrónico (stratosphere email security): solución que contiene medidas de seguridad para los correos electrónicos en la nube.

Beneficios para el canal

Durante la presentación del nuevo portafolio, se dieron a conocer los diferentes beneficios que el canal podrá obtener al comercializar Stratosphere Cybersecurity, entre los cuales destacan un esquema de comisiones, mayor agilidad con soluciones tipo “one click”, un esquema comercial mensualizado, servicios profesionales de administración de ciberseguridad, infraestructura innovadora, sin costos ocultos, entre otros.

“Con las soluciones de Stratosphere se busca mantener la información segura y en conformidad, con herramientas que ayudan a prevenir violaciones de datos y salvaguardar la reputación de las empresas. Con nuestra tecnología se obtiene un descubrimiento completo, monitoreo y capacidades de protección que ofrecen total visibilidad y control sobre la información confidencial”, concluyó Ruiz Hernández.



ACER

REAFIRMA SU COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD EN EL **GLOBAL PRESS CONFERENCE**

Autor: Anahi Nieto

• INNOVA SUS LÍNEAS DE PRODUCTOS.

ace unos días se llevó a cabo el Global Press Conference 2022 de Acer, donde Jason Chen, CEO de la compañía, dio la bienvenida al mismo y reafirmó el compromiso que la marca tiene con la filosofía Earthion.

“Desde nuestro último evento, han pasado muchas cosas, muchos de ustedes

hicieron sus propios esfuerzos para tener un impacto positivo, de forma colectiva también hemos progresado para abordar la contaminación plástica en los océanos y en los bosques, haciendo contribuciones al planeta tierra, aumentando el uso de materiales reciclados, mejorando la eficiencia energética, promoviendo la sustentabilidad y aumentando el uso de energía renovable”, afirmó.

El trabajo que ha realizado el fabricante se ha sumado al de sus aliados de negocio para combinar fortalezas y tener así un mayor impacto, en las acciones que restan por hacer, Acer busca cumplirlas de forma colaborativa.



JASON CHEN

“Cada decisión que tomamos está orientada a empoderar a nuestros clientes y a nuestro entorno. A finales de mayo lanzamos la plataforma de Earthion, construida con la misión de unir esfuerzos e impulsar la sustentabilidad en la tierra; para ello, nos enfocamos en cinco pasos: diseño de productos, producción de empaques, consumo de energía, logística y reciclaje. Nuestro objetivo es contribuir al ecosistema tecnológico para que todas las partes interesadas pueden encontrar sinergias y crear soluciones sostenibles, como alguien sabio dijo una vez: ‘juntos somos más fuertes’, enfatizó el directivo.

El fabricante encuentra un gran potencial en proveedores existentes y nuevos en cuanto a las ideas innovadoras que aportan. Como ejemplo, Chen dijo que uno de sus proveedores de papel proveniente de Taiwán con muchos años de experiencia en la industria creó cajas de PC que son duraderas y totalmente reutilizables y reciclables.

A propósito, el CEO declaró: “esto es lo que necesitamos para impulsar nuestra industria y la razón por la que estamos construyendo una plataforma para conectar y expandir nuestro impacto junto con nuestros socios; esto es sólo el comienzo, nuestro objetivo es expandir nuestro programa para solucionar más problemas y conectar a más socios”.

La innovación

Parte de las novedades del portafolio de la compañía que se dieron a conocer durante el evento fueron la ampliación de la línea de productos 3D estereoscópicos de SpatialLabs con un par de nuevas pantallas portátiles e independientes para creadores y jugadores, además de traer el portafolio View con 3D estereoscópico a juegos de PC, contenido multimedia e incluso contenido generado por el usuario.

Por ejemplo, dicha tecnología se encuentra ya integrada en la línea Predator Helios 300 SpatialLabs Edition, al incorporar 3D estereoscópico sin anteojos con su SpatialLabs TrueGame, compatible con más de 50 títulos modernos y clásicos en el lanzamiento.

De igual forma, se anunció la nueva laptop Swift 3 OLED con procesadores Intel Core de la serie H de 12va generación y Windows 11, los nuevos equipos convertibles Spin 5 y Spin 3, la Chromebook convertible premium y la tableta Chromebook, equipos ultrarresistente y de carga rápida, respectivamente.

La noticia de la actualización de desktops y laptops ConceptD con las más recientes CPU Intel Core de 12va generación y GPU Nvidia RTX también fue relevante debido a la incorporación de tecnologías más robustas. Al igual que las laptops empresariales de las series TravelMate P4, TravelMate Spin P4 y TravelMate P2.

Por último, Acer expandió su portafolio de productos ecológicos Vero, con dos nuevas laptops Aspire Vero, una desktop todo en uno (AIO) Veriton Vero, monitores de 23.8 y 27 pulgadas con paneles IPS, un mouse y un teclado con teclas casi silenciosas, y el proyector PD2325W: todos estos utilizando un porcentaje de plástico reciclado posconsumo (PCR) y envases reciclables.



LA INNOVACIÓN NO SE DETENDRÁ EN **PANDUIT: CARLOS AROCHI**

• LA MARCA REFRENDA SU COMPROMISO CON EL CANAL

• ATLONA, UNA OPCIÓN DE NEGOCIO PARA EL CANAL

• 30% DE LAS VENTAS DE PANDUIT PROVIENE DE PRODUCTOS LANZADOS EN LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS

Texto: Álvaro Barriga

Según el Director de Panduit para América Latina, Carlos Arochi, hoy son una compañía estable, con solidez financiera y con crecimientos, que trabaja un modelo 100% con el canal de distribución a través de sus mayoristas Anixter, Grupo Dice, Grupo Luguer y Syscom. Además, comentó que educación y sector hotelero son los que más atienden y en los que ven más oportunidades.

Indicó que pretenden reclutar canales en el sureste del país, y resaltó que parte de su fortaleza está en su bodega e inventario, con disponibilidad de productos para atender cualquier proyecto.

Después del éxito de la compañía en su pasado GSIC 2022, se han enfocado a atender las oportunidades del mercado, al respecto, Jorge Bleizeffer, Gerente Comercial Zona Norte, Occidente y Pacífico de México en la firma, explicó que han trabajado mucho con los sectores automotriz y en atención al sector industrial, en especial al primero, le ven mayor posibilidad por el tema de tecnología para autos autónomos, híbridos y eléctricos.

El ejecutivo explicó que en el norte del país la maquila no paró, "Fue un sector que siguió empujando y permitió seguir teniendo negocio". Por otra parte, señaló que se está invirtiendo en la automatización de los almacenes.

"Nuestro fin es dar un servicio al cliente a través de nuestros partners, por ello brindamos cursos de certificación industriales", señaló.

Atlona

Mauricio Escobar, Gerente de Cuentas de Canal del Caribe y América Latina de Atlona, comentó que la marca es el front de Panduit, "somos especialistas en la distribución de audio y video por IP, el control y automatización de contenidos y espacio", señaló que parte de la estrategia es llegar desde la conceptualización del proyecto, por ello buscan que sus integradores sean especialistas en la tecnología.

"Nuestros programas de canal potencializan la experiencia de los usuarios y de los partners al integrar este tipo de soluciones, lo que queremos promover es la experiencia derivada de la convergencia de la tecnología y el contenido", añadió que están enfocados en brindar capacitación y en pulir su programa de canal.



JUAN BORRAY JORGE BLEIZEFFER CARLOS AROCHI ANTONIO AGUIRRE MAURICIO ESCOBAR

Juan Pablo Borray, Gerente de Desarrollo de Negocio para Panduit Latinoamérica, comentó que el 10% de los ingresos anuales de la marca se destinan al tema de la innovación; por otro lado, el 30% de sus ventas provienen de productos lanzados en los últimos cinco años.

El ejecutivo compartió que atienden las áreas eléctrica y comunicaciones, que es el mercado más grande de la región para la compañía que abarca centros de datos y enterprise, (desarrollo de edificios comerciales, aeropuertos, colegios, centros comerciales, etcétera). “En enterprise una de las tendencias es la convergencia de la red, si bien no es nueva, sigue vigente; por ejemplo cómo los sistemas de audio y video convergen en la misma red”, mencionó.

“Nuestra oferta es muy diversa con cableado, racks y gabinetes, UPS, audio y video, en el caso de infraestructura de redes nuestro objetivo es tener y mantenernos con el 50% del market share en México, somos el número uno en el país, tenemos una oferta grande para que los canales encuentren oportunidades con nosotros”: Carlos Arochi.

CONTENIDO Y ENTRETENIMIENTO, LAS ÁREAS CON MAYOR POTENCIAL CON LA LLEGADA DE 5G: IDC

Autor: Anahi Nieto

- SEIS DE CADA 10 PERSONAS ADOPTARÁ UN SERVICIO 5G EN AMÉRICA LATINA.
- ALIANZAS ENTRE TELCOS E INTEGRADORES ASEGURAN EL ÉXITO.

IDC dio a conocer hace un par de días los resultados de la encuesta que realizó este año sobre 5G; ello, con el fin de conocer las áreas de oportunidad que existen con el tema en la región de Latinoamérica, así como identificar en dónde se encontrarán los negocios.

Alberto Arellano, gerente de Investigación y Consultoría de Telecomunicaciones en IDC, dijo que las redes 5G permitirán a las compañías de Telcos transformarse para hacer frente al mercado, llevar servicios digitales y establecer nuevos ingresos.

Las nuevas redes van a permitir que se materialicen las experiencias físicas de entretenimiento, tales como el metaverso o los conciertos; y en este sentido se encuentra la mayor oportunidad de negocio: ofrecer soluciones que tengan que ver con la experiencia del cliente.

De acuerdo con la consultora, en América Latina una de cada tres personas cuenta con una televisión no inteligente, mientras que el 100% posee un Smartphone; el 84%, una computadora; el 48%, una Tablet; y el 46% tiene una consola de videojuegos; además, el 83% ha adoptado una Smart TV, por lo cual se consideró que se los dispositivos deben volverse más asequibles para el mercado.

Respecto a la red 5G, el 94% de la muestra ha escuchado algo sobre ésta, el 25% declaró no tener un conocimiento suficiente sobre el concepto, y el 50% sabe algo; en resumen, una de cada cuatro personas no tiene conocimiento en el tema.



ALBERTO ARELLANO

En este escenario, Arellano mencionó que existe un área de oportunidad para difundir mayor información sobre el tema, así como los beneficios puntuales que éste traerá en la vida cotidiana de las personas.

TRANSFORMACIÓN QUE PERMITIRÁ LA RED 5G

- Permitirá una conexión con velocidades similares a las de la fibra óptica desde casa.
- Mejorará la calidad al momento de ver videos o streaming, con definición HD para guardar y compartir videos.
- Cambiará la experiencia en videojuegos, con la posibilidad y óptimo desempeño de multijugadores.
- Se tendrá acceso a la realidad virtual.
- Se transformará la manera en la que se compra en línea.
- Permitirá tener consultas en la rama de telemedicina, al igual que compartir datos como el pulso, por ejemplo.
- Cambiará la forma en la que las personas en la región trabajan, estudian, realizan pagos digitales, juegan y más.

De forma general, se estima que para el 2025, una tercera parte de las conexiones sean mediante red 5G. Particularmente, en Chile hoy en día existe un despliegue de antenas 5G en un 18%, y se espera que durante el próximo año ya se pueda tener una cobertura del 90%; mientras tanto, en Brasil pronostican que la masificación de antenas se dará hasta el 2028.

“Los canales comercializan los equipos y obtienen un margen de ganancia, también pueden habilitar experiencias gaming y brindar conectividad para los equipos de los fabricantes; sin embargo, IDC invitó a agregar valor a la red, tomar una pausa para desarrollar casos de uso que tengan aplicación en la realidad de Latinoamérica, y establecer alianzas entre telcos e integradores para desarrollar dichos casos de uso”, concluyó el directivo.

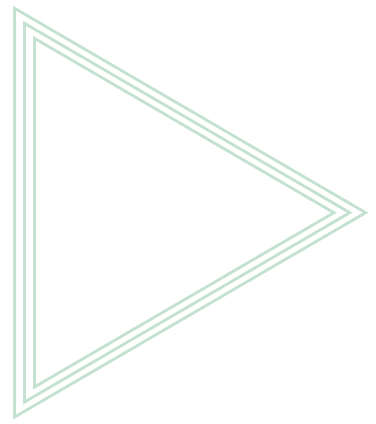
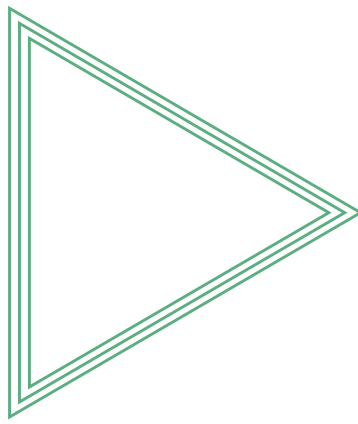
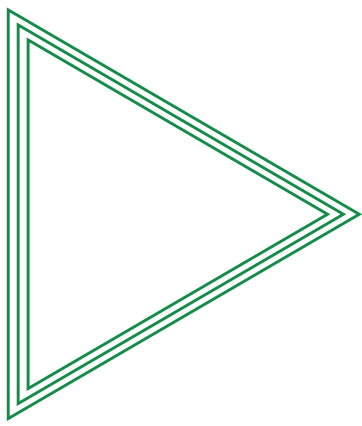
LA APUESTA DE BOSCH POR MÉXICO CONTINÚA

Autor: Raúl Ortega

- LA COMPAÑÍA ANUNCIÓ INVERSIONES EN EL PAÍS POR 10 MIL MILLONES DE PESOS
- EN MÉXICO LA EMPRESA AMPLIARÁ SU PRESENCIA EN LOS ESTADOS DE QUERÉTARO, AGUASCALIENTES Y NUEVO LEÓN.
- LA PREOCUPACIÓN POR EL PERSONAL, SUSTENTABILIDAD E INNOVACIÓN, PRIORIDADES EN LA ESTRATEGIA DEL FABRICANTE

Bosch presentó sus resultados anuales y destacó las ganancias obtenidas durante 2021 que ascendieron a más de 600 mil 400 millones de pesos, así como la inversión que tiene planeada en México que rondará los 10 mil millones de pesos, la expansión de su presencia en territorio nacional, además del compromiso que tiene con sus empleados, la sustentabilidad y la innovación.

La compañía a través de su reporte sobre los resultados obtenidos durante el 2021, compartió datos relevantes que dibujan de cuerpo completo la estrategia implementada y apoyada desde el portafolio de productos que ofrece la marca, revelando que sus ventas cerraron con más de 60 mil 400 millones de pesos en México, lo que representa un crecimiento del 7.5%. Asimismo, de continuar el dinamismo en términos de ventas, estas estarían aparejadas de oportunidades para los canales y en general para el país, ya que con las inversiones que también tiene estimadas, permearán en la economía nacional.



“EL RESULTADO POSITIVO SE DA GRACIAS AL BUEN DESEMPEÑO EN NUESTRAS DIFERENTES ÁREAS DE NEGOCIO Y AL ESFUERZO DE NUESTROS ASOCIADOS POR CAPITALIZAR LAS OPORTUNIDADES EN UN CONTEXTO GLOBAL ADVERSO”: COMPARTIÓ RENÉ SCHLEGEL, PRESIDENTE DE BOSCH MÉXICO.

México en la mira Bosch

RENÉ SCHLEGEL

Bosch tiene planeado una serie de proyectos en territorio nacional, con los cuales no sólo impactará las inversiones que tiene contempladas (10 mil millones de pesos), sino que está apostando fuertemente por apuntalar a México como uno de sus destinos para la expansión de sus actividades en los estados de Querétaro y Aguascalientes, además de un nuevo sitio de producción ubicado en Nuevo León. Por otra parte, lo anterior también será un detonante de empleo, por lo que la empresa estimó que creará alrededor de 2 mil nuevos empleos en los años venideros.

Aunado a lo anterior, Bosch externó su preocupación y priorización de la salud de sus empleados, derivado de la pandemia, lo que resultó en números favorables al proteger a sus asociados dentro de las instalaciones que ya tienen en el país. Así bien, también compartió su interés por la sustentabilidad y el impulso de 28 proyectos relacionados con el ahorro de energía.

Al cierre de la presentación, la marca no podía dejar fuera los temas relacionados con la innovación, por lo que aseguró que durante 2022 contarán con lanzamientos de nuevos productos, soluciones y servicios en diversas verticales de mercado a las que se ajustan.

“LA INNOVACIÓN ES UNO DE LOS PRINCIPALES PILARES PARA NUESTRA COMPAÑÍA. SE TRATA DEL RASGO COMÚN EN LOS MÁS DE 17 MIL ASOCIADOS DE BOSCH EN MÉXICO QUE NOS PERMITE HACER FRENTE A LOS GRANDES DESAFÍOS DE NUESTRO TIEMPO Y MANTENER FASCINADOS A NUESTROS CLIENTES CON TECNOLOGÍA PARA UN MUNDO MEJOR”: ASEGURÓ EL PRESIDENTE DE BOSCH MÉXICO.

MAPS E IVANTI VAN POR EL MERCADO DE CIBERSEGURIDAD EN MÉXICO

Autor: Anahi Nieto

• **BUSCAN AMPLIAR SU
ECOSISTEMA DE PARTNERS**

• **SU OFERTA PROPONE
TECNOLOGÍAS
DISRUPTIVAS Y
SOLUCIONES PUNTO A
PUNTO**

Recientemente, Maps Disruptivo e Ivanti anunciaron su alianza comercial para México, con la cual buscan llevar al mercado un portafolio enfocado a la ciberseguridad de los clientes, en especial para apoyarlos en el esquema híbrido de trabajo, así como brindar al canal la posibilidad de incrementar su margen de utilidad.

La oferta de Ivanti crece cada vez más a través de la adquisición de otras empresas, como PulseSecure, Mobileiron, Cherwell, Charlesbank, RiskSense, entre otras; esto con el objetivo de contar con las tecnologías disruptivas que permitan a los socios de negocio estar más cerca del cliente, crear nuevos mercados y ser más competitivos.

Ante un panorama retador de acelerada transformación digital para las empresas, en donde han adoptado un concepto de everywhere workplace, las necesidades de realizar sus operaciones de forma segura y productiva desde cualquier lugar han aumentado.

Anna Colucci, Directora de Alianzas y Marketing para LATAM en Ivanti Security, explicó que su propuesta de valor ofrece el gestionar, automatizar y priorizar el recorrido en ciberseguridad a través de controlar eficientemente las inversiones de TI, proveer experiencias de usuario seguras, personalizadas y productivas con soluciones como Unified Endpoint Management, Enterprise Service Management, solución para el acceso remoto, IoT, Network Access, nube y data center. En tanto, Angélica Guzmán, Country Manager de Ivanti México, dijo: “de la mano de Maps, buscaremos integrar el portafolio de soluciones disruptivas que generen un diferenciador para los partners, que les permita hacer una venta estratégica en las cuentas, generar revenue, no tanto por ventas transaccionales, sino por servicios”.

Con la alianza, Ivanti busca atraer a más partners que se integren al ecosistema de canales de ambas empresas, socios de negocio que busquen integrar soluciones y gestión de servicios a nivel de TI y vender los servicios en torno a las soluciones de gestión de tecnología.

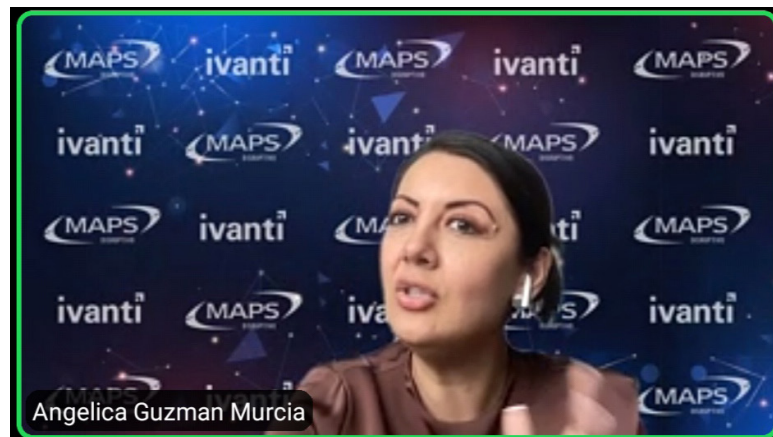
Por su parte, Martín Mexía, Director General de Maps Disruptivo, mencionó: “Ivanti es una solución que complementa sustancialmente nuestra oferta, va desde el licenciamiento, inventarios, pasa por todos los procesos de parches, hasta llegar a la parte de servicio al cliente; nuestra propuesta para los partners es que la analicen completa como un todo y que podamos ofrecer la solución juntos a los usuarios finales”.

“Esta es una gran oportunidad de negocio y crecimiento para los canales: a través de una sola solución de un sólo fabricante se cumple el uso completo para los clientes; de esa forma, reducimos costos de operación por no necesitar integraciones adicionales en la plataforma.

“Identificamos muy buenas oportunidades en el país, ya que el trabajo remoto y la pandemia generaron muchas vulnerabilidades en las organizaciones, pero con el portafolio de Ivanti es posible tener una gestión y visibilidad integral de su infraestructura, gestionarla desde cualquier punto, reducir visitas en sitio, reducir fallas, automatizar flujos de trabajo, por mencionar algunas ventajas”, agregó Guzmán.

Algunos de los apoyos que el canal encontrará al formar parte del ecosistema de partners serán que las ventas se realizan al 100% vía canales, tendrán acceso a un equipo de soporte, marketing e ingeniería en preventa, entrenamientos técnicos y comerciales por parte de Maps University, certificaciones, entre otros.

“Los invitamos a unirse a nuestros canales de Ivanti, tenemos una estrategia de crecimiento en conjunto, podrán incrementar sus ventas en productos y servicios”, finalizó Guzmán.



Legend 850 PCIe Gen4 x4 M.2 2280 de **Adata**

Unidad de estado sólido, ofrece rendimiento para aplicaciones de diseño como el modelado y la animación en 3D. Con velocidades de lectura y escritura secuenciales de 5000/4500 MB por segundo.

Descripción

Hasta tres veces más rápida que un SSD PCIe Gen3 estándar y nueve veces más que un SSD SATA. Compatible con plataformas Intel y AMD, PC de escritorio y portátiles, y con versiones anteriores de PCIe 3.0.

Características

- Con caché SLC y “host memory buffer” para ventajas en la carga del sistema y el almacenamiento en caché de datos
- Lectura/escritura aleatoria 4K de hasta 400K/550K IOPS para una multitarea fluida
- Con código de verificación de paridad de baja densidad y cifrado AES de 256 bits
- Con soporte para PCIe 4.0
- Se puede instalar en consolas PS5 como almacenamiento expandido
- Variante de edición limitada en diseño colorido

contactame@esemanal.mx



Galaxy S22+ de Samsung

Pensado en los fans gamers, ofrece procesamiento fluido y un juego veloz. Con procesador de 4nm que impulsa el procesamiento de inteligencia artificial y machine learning.

Descripción

Con bordes redondeados y diseño contour-cut que combina el cuerpo, el marco y la cámara trasera. Disponible en color negro, blanco, verde y rosa.

Características

- Pantalla Infinity-O Dynamic AMOLED 2X 120 Hz
- Con tecnología Vision Booster que ajusta la pantalla a la iluminación del ambiente
- Brillo máximo de la pantalla a 1300 nits
- Capacidad de conectarse a una red Wi-fi 6E
- Carga rápida de 45W
- Batería de 4500 mAh



Línea de televisores Bravia XR de **Sony**

La serie está integrada por los modelos Z9K, A90K, A80K, X95K y X90K. Con Cognitive Processor XR y Backlight Master Drive con Mini LED para mayor desempeño en contraste y brillo, además de un control preciso sobre la iluminación y color para imágenes más reales.

Descripción

Diseñados para consentir a todo tipo de gamers pues están equipados con HDMI 2.1 que incluye Variable Refresh Rate (VRR) y Modo automático de baja latencia (ALLM). Gracias a la alianza con Sony Interactive Entertainment, tendrán el sello para PlayStation5 y sus características: HDR Tone Mapping y Auto Genre Picture Mode.

Características

- Configurados con la interfaz de Google TV
- Netflix Adaptive Calibrated Mode
- App CORE, un servicio de streaming de contenido exclusivo de Sony en calidad de imagen Ultra High Definition
- Modelo Z9K permite realizar videollamadas
- Disponibles en México a partir de mayo

contactame@esemanal.mx



MANTENTE INFORMADO EN NUESTRAS REDES SOCIALES



Mantén-te informado
SUSCRÍBETE A NUESTRO
NEWSLETTER
Y RECIBE TODAS LAS NOTICIAS DE LA
INDUSTRIA TIC



www.esemanal.mx