

27 de Junio 2022 · Año 31 | No. 1481

**3**  
**DÉCADAS**

**eSemanal**  
NOTICIAS DEL CANAL



El canal tiene la oportunidad de  
**transformar a la PyME**

**CT INTERNACIONAL**

Supera expectativas en  
su Convención

**ONYX ERP Y  
KAAB SYSTEMS**

Alianza de valor

**GUÍA DE COMPRA**

Soluciones de  
Cooling



# Es tiempo de renovar tu inventario con Microsoft 365

Entramos a una nueva era de trabajo híbrido. Adapta tu negocio a esta realidad teniendo las herramientas que necesitan tus clientes para colaborar mejor juntos.

[VER LICENCIAS](#)

Con Microsoft 365 Empresa Estándar las organizaciones podrán tener correo profesional, almacenamiento online y seguridad de alto nivel.



Outlook



OneDrive



Word



Excel



PowerPoint



SharePoint



Microsoft Teams



Exchange



Publisher  
(solo PC)



Access  
(solo PC)



[COMPRAR AHORA](#)

Más ganancias, más productividad, menos costos.

Válido al 30 de junio, 2022



Álvaro Barriga •

## El canal es el mejor aliado en la transformación digital de las PyMEs

Los dueños de las Pequeñas y Medianas Empresas modernas saben de los beneficios y ventajas que ofrece la tecnología para sus negocios, de acuerdo con especialistas, su monto de inversión para digitalizar su propuesta comercial va en aumento, pero requieren de la asesoría experta del canal para sacarle el mejor provecho.

Datos de los expertos entrevistados por **eSemanal** revelan que las PyMEs brindan más del 70% de los empleos del país y representan más del 50% del Producto Interno Bruto (PIB), de ahí su gran importancia para la economía nacional.

Al igual que toda la población, las PyMEs también han sufrido los estragos de la pandemia, ya que al principio de la contingencia sanitaria desaparecieron 1.2 millones de ellas, otras lograron sobrevivir, y algunas se beneficiaron porque ya eran nativas digitales o se adaptaron rápido al nuevo entorno comercial. También, durante la época de recuperación se crearon más de 800 mil PyMEs que requieren de tecnología para automatizar sus procesos y tener mejor visibilidad y control sobre su negocio.

Es importante destacar que la gran mayoría de los canales de distribución son empresas PyMEs, lo que les brinda una ventaja al saber qué necesitan otras empresas similares, qué les ayudaría a mejorar sus procesos y cómo hacer más fácil su acceso a la transformación digital.

Se estima que el 40% de las PyMEs del país necesitan asesoría técnica y comercial para llevar a sus negocios al siguiente nivel, por ello, el canal debe ser el gran embajador de este proceso tecnológico-digital para ayudar a este tipo de empresas que hoy son un pilar importante en la economía de México.

Tripp Lite cumplió sus primeros 100 años de presencia en el mercado, por ello, junto a directivos de Eaton, empresa que la adquirió recientemente, y en compañía de socios mayoristas y canales, celebró este gran acontecimiento. Al respecto, Juan Luis Tron, Director de Tripp Lite México, destacó el trabajo que ha desarrollado la marca en estos años en el tema de energía y la creación de un ecosistema ganador de canales de distribución. Por su parte, Enrique Chávez, Director Eaton CPDI México, resaltó que gracias a la compra, hoy Eaton ha mejorado su posicionamiento en el mercado. ¡Enhorabuena!

De “inolvidable” fue calificada la experiencia que vivieron los canales asistentes a la pasada Convención CT 2022, quienes tuvieron la oportunidad de recorrer varias ciudades de Europa. Saúl Rojo, Director de CT Internacional, aprovechó la oportunidad para reforzar lazos con sus partners, promover los servicios financieros y cloud, que ahora son vitales para el negocio. ¡Felicidades!

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

**10 EL PROVEER TODO PARA LA PYME EN SU PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEJÓ UNA INVERSIÓN DE ELLAS EN 2021 POR 9 MIL 120 MDP**



### PUBLIRREPORTAJE

**7 ONYX ERP y KAAB SYSTEMS:** Una alianza que impulsa oportunidades a canales y clientes finales



### 22 MI CUMPLE ESEMANAL

### GUÍA DE COMPRA

**23** Soluciones para **COOLING**

### MAYORISTAS

**29 CONVENCIÓN CT 2022:** Un espacio para nuevos negocios y confirmar el respaldo a sus socios

### FABRICANTES

**50 TRIPP LITE** celebra 100 años en el mercado de UPS en México, tras integrarse a Eaton

### ONYX ERP



### RITAL



### CT

## DESARROLLADORES

**34** Llega **KASPERSKY DAYS** para fortalecer a su ecosistema de partners

**37 COMERCIO HÍBRIDO**, productos sostenibles y marcas con propósito: cómo la tecnología potencia 3 nuevas demandas de los consumidores

**48 TECNOLOGÍA BIOMÉTRICA**, el aliado para prevenir el robo hormiga en comercios

## TENDENCIAS

**39** Tips para lidiar con clientes insatisfechos y volverlos defensores de **TU MARCA**

**42 PRODUCTOS**



**KASPERSKY**



**ASUS**

**BÚSCANOS EN:**



/NOTICIASDELCANAL



/NOTICIASDELCANAL



ESEMANAL



ESEMANAL



55 7360 5651

**WWW.ESEMANAL.MX**

## DIRECTORIO

**Editor** Alvaro Barriga 55 5090-2044 alvaro.barriga@khe.mx

**Reporteros** 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

# SEGURIDAD DE FIRMWARE Y RESILIENCIA



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](https://aka.ms/windows11-spec))



# Una alianza que impulsa oportunidades a canales y clientes finales

- LA SOLUCIÓN ERP ESTARÁ DISPONIBLE A TRAVÉS DE KAAB SYSTEMS
- LAS COMPAÑÍAS PLANEAN EXTENDER SU PRESENCIA EN LA REGIÓN DEL BAJÍO, Y A LOS ESTADOS DE BAJA CALIFORNIA, YUCATÁN, QUINTANA ROO Y MÁS
- KAAB SYSTEMS RECLUTARÁ CANALES FAMILIARIZADOS CON SOFTWARE DE GESTIÓN EMPRESARIAL

IP

**E**n el marco de la firma de la alianza entre Onyx ERP y Kaab Systems, ambas compañías dejaron en claro que la apuesta en México está centrada en reclutar partners para ampliar su presencia en la región del Bajío (Querétaro y Guanajuato), en ciudades como Monterrey, Tijuana y en los estados de Baja California, Yucatán y Quintana Roo, entre otros.

De esta manera, Onyx ERP y Kaab Systems refrendaron su compromiso hacia con sus socios y clientes finales sobre la solución ERP que ofrecen en conjunto en México, recordando que el desarrollador cuenta con más de 30 años de experiencia que le anteceden y es uno de los líderes en España.

Asimismo, la mancuerna que hace con Kaab Systems resulta ideal para la apertura de nuevas oportunidades en territorio nacional, pues este último, al ser uno de los partners más importantes de SAP y con amplia experiencia en México, conoce milimétricamente el mercado interno.



MARIANO GÓMEZ

JOSÉ MARÍA ANSOLA

## Onyx ERP en México

A la compañía no sólo le antecede una larga experiencia en el mercado, sino que también cuenta con presencia en: Colombia, Barcelona, Madrid, Murcia, Vitoria, Zarautz, Bilbao y México, lugares donde se ha destacado principalmente por ofrecer ERP enfocado a empresas de manufactura.

*“Aner, que es la compañía matriz del grupo de empresas se fundó en el año 1987 en España; en un inicio fue un proyecto freelance, pero después comenzamos a contratar personal y desde entonces hubo un crecimiento gradual y continuó hasta contar con más de 100 empleados y con presencia de cinco centros en España, además de estar en México y Colombia”: José María Ansola, Presidente del Grupo de Aner.*

Si bien es cierto que con la alianza de Kaab System y Onyx ERP, la española potenciará su alcance en México, también es verdad que desde hace algunos años su software de gestión ya era usado por empresas que trabajaban para el sector de automoción, así lo explicó José María Ansola: “En México contamos con una presencia histórica o una serie de años, con empresas industriales que trabajan para el sector de automoción, que es uno de los más interesantes para nosotros; originariamente eran empresas españolas que iban abriendo centros en zonas

cerca de los fabricantes de automoción, a medida que iban radicando en el país, consultaban nuestra disponibilidad, primero para la gestión de la producción o de los proyectos, incluso para los sistemas de captura en planta y eventualmente, para los sistemas administrativos financieros”.

No obstante, el hecho de que la solución ERP ya fuera utilizada en el país, adquirió nuevos bríos de oportunidad al aliarse con un socio estratégico como lo es Kaab Systems, ya

que además de contar con altos estándares para capitalizar las oportunidades alrededor de la solución, también se propuso reclutar partners especialistas.



JOSÉ MARÍA ANSOLA

*“Siendo representantes de la marca Onyx ERP dentro de la República Mexicana, somos encargados del reclutamiento (partners especializados o con conocimiento en temas de contabilidad y facturación o software de gestión empresarial) y las implementaciones en empresas de manufactura para llegar a un mercado más grande, lo cual estamos logrando al cambiar el paradigma comercial, y en lugar de vender la ‘caja’, vendemos la solución, ya que buscamos que todos ganen más (ganar-ganar)”:*  
**Mariano Gómez,**  
**Director de Kaab Systems.**



MARIANO GÓMEZ

## Solución para cualquier vertical

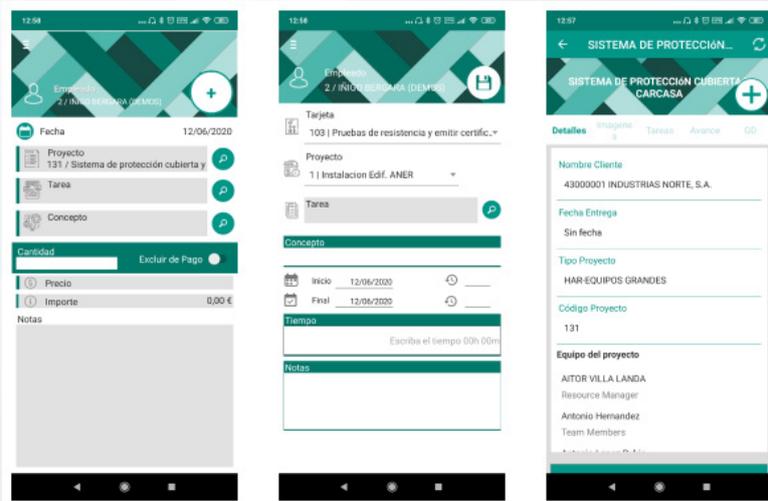
Ambas empresas coincidieron y destacaron que la solución Onyx ERP se ajusta a diversas verticales de negocio, aunque asintieron que las oportunidades mayores para sus partners se encuentran en las empresas de manufactura, en ese sentido, los canales que busquen ampliar su portafolio, pero sobre todo, robustecer sus ganancias con un ERP de alta calidad, deberán acercarse a Kaab Systems para concretar negocios de largo alcance.

Por su parte, José María Ansola compartió que la solución ERP ya también cuenta con el servicio de pago por uso (Software As a Service), lo que permite que pequeñas y medianas empresas puedan usarlo de acuerdo con sus necesidades y sin descapitalizarse, asimismo, se convierte en un motor para la generación de demanda, al tiempo que ayuda a fidelizar a los partners y clientes finales.

ROBERTO ALVAREZ

## Módulos del Onyx ERP disponibles en México con Kaab Systems:

- **ERP:** El software ayuda con la planificación de recursos, ya que se considera es el pilar de la empresa.
- **Organizer:** El módulo contempla correo, calendario, tareas, mensajería, eventos y documentos integrados.
- **CRM:** Mejora las relaciones con los clientes y los nuevos contactos.
- **DMS:** Habilita la gestión documental completa para todas las áreas.
- **Proyectos:** Ayuda al seguimiento del desarrollo de tareas de los equipos de trabajo.
- **MES:** Permite la gestión y optimización de los procesos de producción.
- **CAPTOR:** Ideal para la captura de datos en planta: Operaciones y tiempos.
- **PLC:** Lectura de datos de máquinas en tiempo real.
- **DBR:** Solución de Planificación derivada de la teoría de las restricciones.
- **GMAO:** Ayuda con la gestión de los mantenimientos correctivos y preventivos.
- **SGA:** Ayuda con la gestión de almacenes y trazabilidad.
- **Calidad:** Identifica posibles riesgos y estructura planes de contingencia.
- **SAT (sistema de atención técnica):** Orientado a facilitar el servicio de los técnicos en sus asistencias.
- **Reports:** Es un sistema de informes extensible e integrado.
- **Finanzas:** Dirigido a labores de finanzas y tesorería.
- **Contabilidad:** Ayuda con la contabilidad electrónica diaria; reportes e informes con mejoras en el proceso de captura de pólizas.
- **Laboral:** Ideal para el cálculo de nóminas y seguros sociales.
- **Apps:** Desarrolladas para apoyar a los módulos en movilidad.
- **BI:** Permite consultas específicas para el análisis de los datos del ERP.



# El proveer todo para la PyME en su proceso de transformación digital dejó una inversión de ellas en 2021 por 9 Mil 120 MDP

- EN 2020 LA INVERSIÓN PROMEDIO EN DIGITALIZACIÓN QUE HACÍAN LAS PYMES FUE DE 69 MIL 500 PESOS Y PARA 2021 ALCANZÓ LOS 74 MIL PESOS APROXIMADAMENTE
- EL CANAL CARGA CON LA RESPONSABILIDAD DE ENTREGAR LAS HERRAMIENTAS Y SOLUCIONES ADECUADAS QUE PERMITAN A LAS PYMES TRANSITAR EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

**Autor:** Raúl Ortega





Los canales juegan un papel primordial como embajadores de la transformación digital de las PyMEs, no sólo por la oportunidad creciente que existe, sino más importante aún, entregarles nuevas herramientas y soluciones que evolucionen sus negocios hacia nuevos públicos y servicios que no tenían contemplados; de ahí la necesidad de que los canales sean ese crisol de preparación, certificación, capacitación y además, se involucren en el nicho de negocio de la PyME a quien le confeccionarán un camino hacia su digitalización, ya que se esa forma, los beneficios serán mayores para ambos lados de la cadena.

Las PyMEs son uno de los principales jugadores en la economía interna del país, ya que además de ser uno de los mayores generadores de empleos, también es un eslabón de suma importancia para la productividad, aunque esto último se ha visto disminuido, principalmente por el uso de nuevas tecnologías, así lo reportó un estudio de la OCDE (OECD Mexico Policy Brief, Improving Business Environment and Investment, OCDE, 2020),

detallando que en México el retraso de las PyMEs en la adopción de nuevas tecnologías digitales, alcanzó niveles por debajo del promedio, lo que resulta alarmante para la economía nacional.

#### Un clima de incertidumbre

Los actuales problemas derivados de la pandemia, el encarecimiento de los contenedores, el desabasto y la inflación, se sumaron como fuertes embates a las PyMEs que ya de por sí, debían lidiar con las estadísticas que estiman sólo al 25% de las pequeñas y medianas empresas de reciente creación, logra sobrevivir a los primeros dos años (Datos del Centro de Desarrollo Empresarial y Competitividad), lo cual no sólo dificulta el contexto, sino que también es un llamado a los actores de industria TI para impulsar la transformación digital y cambiar el rumbo de sus oportunidades. En ese tenor de ideas, Francisco Jiménez, Country Product Manager B2B en Asus, calculó que: “Este segundo semestre las PyMEs apalancarán el crecimiento del país. Datos del INEGI demuestran que ellas son responsables de más de 70% de los empleos del país y representan más del 50% del PIB”.

**PROTEGE TUS DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS Y  
EVITA QUE TU TRABAJO TENGA INTERRUPCIONES  
POR FALLAS ELÉCTRICAS.**

## Familia UT

### Aplicaciones Típicas

- Home Office
- Escuela en casa
- Smart TV
- Electrónica personal

### El UPS ideal para ahorrar en el recibo de energía eléctrica.

Diseñado para el hogar o la oficina, la serie UT adopta una topología de línea interactiva con función de regulación automática de voltaje (AVR) para ofrecer salida de potencia de CA estabilizada. El diseño patentado GreenPower UPS™ Bypass logra un consumo de energía ultra bajo para reducir los costos de energía. Otras características incluyen protección de sobrecarga, filtro EMI y alarma configurable para proteger sus dispositivos.



- **Contacto**  
mx.contact@cyberpower.com
- **Teléfonos**  
(55) 4622 8654 - (55) 5687 8655
- **Ventas**  
mx.sales@cyberpower.com
- **Soporte Técnico & Garantías**  
mx.service@cyberpower.com

 @cyberpowermx

 @cyberpowermx

 CyberPower Systems Mexico

**2 AÑOS** GARANTÍA  
1 AÑO EN LAS BATERÍAS

**CyberPower**

*“Hicimos un estudio donde hablamos y hemos estado investigando acerca de la digitalización de las PyMEs en los tiempos de contingencia y en términos de la transformación digital, la inversión va a ser de 9 mil 120 millones de pesos en 2021, el monto destinado para digitalizar los negocios es aproximadamente en el orden de 69 mil 500 pesos y ha crecido a partir del 2020 de una forma interesante o importante; en 2021 alcanzó los 74 mil pesos aproximadamente y esto va en crecimiento, porque cada vez más este tema de digitalizar los negocios, las operaciones, hacerlas más eficientes, más efectivas y productivas va en esa proporción; entonces, sí están invirtiendo más las PyMEs y van en proporciones de miles de pesos”:* Lizbeth Ortega, Directora Comercial de CONTPAQi.



**LIZBETH ORTEGA**

Por otra parte, aunque los datos compartidos respecto a las inversiones que podrían realizar las PyMEs y lo que también detalla el tamaño de la oportunidad que podrían capitalizar los canales, también es cierto que éstos deben convertirse en un asesor tecnológico para ayudarlos e impulsarlos con las soluciones y productos adecuados según su maduración para el proceso de transformación digital, al respecto Moisés Díaz, Gerente de Canal Acer México, compartió: “Desde una perspectiva macroeconómica se espera un segundo semestre 2022 aún muy retador, ya no en la cuestión de abasto y disponibilidad, pero sí en el impacto de la inflación derivada de pandemia y conflictos globales”.



*“Es importante que los distribuidores tengan un contacto mucho más personalizado en cuestión de servicio, asesoría y valores agregados con las PyMEs, ya que de no contar con información clara y concreta sobre cómo la tecnología puede hacer más ágil y eficiente su negocio, es muy probable que inviertan en otras áreas de su negocio que no necesariamente genere una mejor rentabilidad”:* **Moisés Díaz.**



**MOISÉS DÍAZ**

Es de destacar que, existen algunos factores extra y con los cuales se puede apalancar la PyME para acelerar sus procesos de digitalización apoyado desde los canales, pues si bien, no cuentan con el respaldo económico que podría tener una empresa grande, tampoco están limitados por los procesos anquilosados al momento de diversificarse de manera ágil y rápida. “Definitivamente para las PYMEs el reto es mayor que al de cualquier sector empresarial, debido a que no cuentan con el respaldo e infraestructura que tienen los grandes corporativos, sin embargo, tienen la oportunidad de diversificarse dentro de la industria de una manera más ágil y reaccionar con mayor rapidez, al ser menos burocráticas, tener procesos menos complejos y ser flexibles, el panorama dependerá en una buena medida de esto, además del entendimiento del mercado y su dinámica, sin dejar pasar la generación de valor en sus servicios y productos, al presentar diferenciadores palpables, además la analítica juega un papel preponderante así como la minería de datos para poder tomar una lectura más acertada de las necesidades de sus clientes. Es así como, para quienes continúen haciendo lo mismo, el panorama puede ser oscuro y el riesgo de quedar fuera del mercado será más latente, las maniobras de reacción tardía podrían cobrar factura”: detalló Zeferino Pérez, director de Ventas en CVA.



 Windows 10



Para los trabajos  
del día a día.

Laptop HP 240 G8

ACTUALIZACIÓN GRATUITA  
cuando esté disponible<sup>1</sup>

 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.



**ZEFERINO PÉREZ**

*“Actualmente las PyMEs invierten desde un 5% hasta 7% de su presupuesto en tecnología, más un paquete de actualización que ronda en el 9%, estas cifras para un país como México aún son bajas, ya que la media debería estar, cuando menos, de un 20% a un 30%, todo esto debido al entorno globalizado con el que conectamos y derivado de la dinámica de mercado”:* Zeferino Pérez.

en un nivel reservado, con esto los distribuidores y las marcas debemos redoblar esfuerzos a la hora de ofrecer los productos o servicios, por ejemplo, en México inicia la temporada de lluvias y la inversión en herramientas de trabajo con las que las PyMEs trabajan, necesitan respaldo y protección eléctrica, si bien nunca está en la mente cambiar todo o parte del equipo de cómputo, con la llegada de las lluvias y sin un sistema de protección eléctrico puede ocurrir una falla alarmante en dispositivos electrónicos que son de alta importancia para la continuidad de las PyMEs y, provocar que se tenga que comprar nuevo equipamiento en el peor de los casos, situación que se complica aún más con los problemas en la distribución de componentes electrónicos”.

Desde la perspectiva de CyberPower, se advirtió que las inversiones que realicen las PyMEs deben tener en consideración el respaldo y protección eléctrica, debido a la temporada de lluvias que está por comenzar y desde donde, podría ser la puerta de acceso para que los canales se acerquen, protejan los equipos, al tiempo que los dotan de herramientas digitales para maximizar sus procesos del negocio, así lo consideró Raúl Robles, Gerente de Marketing en CyberPower: “Debido a estas situaciones, se percibe el mercado contraído y esto a su vez provoca que las compras se mantengan



## El mapa de las soluciones y productos más demandados por las PyMEs:

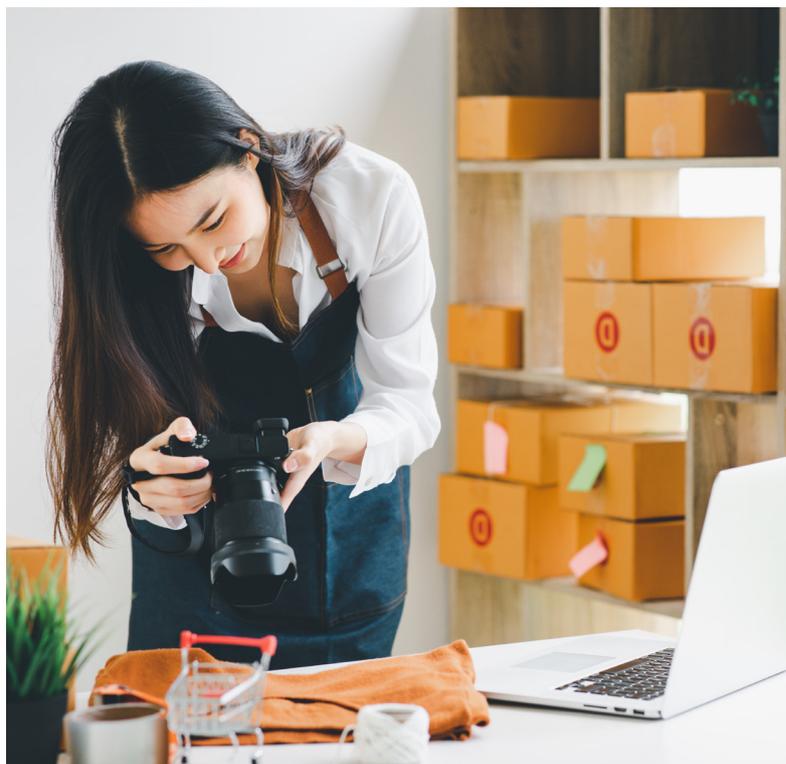
•**ACER:** El fabricante reconoció que su línea comercial Acer Travelmate en sus familias P2, P4 y P6 es un equipo para el trabajo desde casa u oficina, con características de seguridad y estándares militares por arriba del promedio de la industria; aunque también cuenta con las familias Aspire 3 y Aspire 5, las cuales cuentan con una gran demanda en el sector PyMEs, al ofrecer soluciones de desempeño en ofimática, movilidad y navegación a un costo más accesible.

•**ASUS:** La marca compartió contar con modelos como la B9, un equipo portátil de negocios que pesa menos de 1Kg; B7 Flip Touch con stylus para necesidades creativas y/o ejecutivas, B5 para el negocio que demanda estilo y gran desempeño y B1, una la portátil para cubrir la mayoría de las necesidades de las PyMEs y con un equilibrio entre precio-beneficio.

•**CONTPAQi:** Como parte del portafolio que ofrece la empresa hacia las PyMEs está CONTPAQi Contabiliza, CONTPAQi Vende y CONTPAQi Personia, todos ellos en la nube como en escritorio.

•**CVA:** El mayorista comentó que la demanda está centrada en productos de su portafolio como: cómputo, software para enlaces remotos (como videollamadas) y accesorios que permitan hacer un mejor trabajo remoto o presencial, de una forma más cómoda (videocámaras, diademas y más).

•**CYBERPOWER:** El especialista en respaldo y protección eléctrica aseguró que los equipos enfocados a PyMEs son: el UT750G, que es compacto y tiene compatibilidad con generadores, se puede usar en espacios destinados a PoS; CP1500AVRLCD de mini torre, un UPS ideal para equipos de cómputo sofisticados y AVR900U, compacto y con opción de montaje en pared para acoplarse en espacios reducidos, además aseguró que todos cuentan con regulación automática de voltaje, tecnología GreenPower UPS, que reduce el consumo hasta en un 93%.



### Apoyos y recomendaciones

Si bien es cierto que los canales tienen opciones desde diferentes espacios para ayudar a las PyMEs en sus procesos de transformación digital y con ello, aprovechar mejor las oportunidades del mercado como son los proyectos que estuvieron detenidos debido a la incertidumbre durante la pandemia, también es verdad que los fabricantes, mayoristas, integradores, pero sobre todo canales, tienen una responsabilidad mayor de motivarlos y llevarles de la mano para dar ese paso que cambie sus expectativas y modelo de negocio. “La oportunidad para las PyMEs está en retomar los proyectos y crecimiento que aspire cada una, aprovechando estas ventanas de alta oferta de producto en el mercado, lo cual les ayudará a ahorrar hasta un 30% en sus inversiones de cómputo; además, nuestro programa principal ‘Asus Advantage’ es un programa diseñado para las necesidades de este segmento, con el que los canales pueden obtener beneficios de acuerdo con el nivel que alcancen (Silver, Gold y Platinum)”: ahondó el country Product Manager B2B en Asus.

**“La oportunidad para nuestros distribuidores es tener la capacidad de proveer todo el equipo de TI a estas PyMEs en tiempo y forma, hacer énfasis en su capacitación y especialización por verticales de negocio y hacer esa labor de comunicación al usuario final para que sepan a quién acudir para cuando realicen sus inversiones, asimismo, en Asus contamos con el programa Asus Advantage, antes mencionado, que además de tener los beneficios económicos, también les ayudará a desarrollar sus capacidades”:** Francisco Jiménez.



**FRANCISCO JIMÉNEZ**

Desde el escenario contable, CONTPAQi valoró el trabajo que realizan los canales para apoyar a las PyMEs y el compromiso que hace el desarrollador en favor de ambos, aunque también explicó contar con otros mecanismos que impulsan a este segmento y profundizó: “Los socios de negocios son nuestros brazos hacia el mercado, pero también los usuarios finales y lo hacemos con la vinculación de universidades; estamos con más de mil universidades en el país y a través de ellas empezamos este proceso para poder generar una cultura del buen manejo de una PyME, de una inversión en términos de valor agregado, para que el emprendedor no fracase en el intento, entonces desde la universidad y desde el aula nosotros facilitamos los recursos, lo que sería nuestro software administrativo, contable, empresarial en términos generales, para que ellos tengan acceso como estudiantes, pero también a través de ciertas fundaciones, y hoy esa inversión que tenemos de manera exhaustiva o de manera importante a través de toda la cadena de valor, nos permite estar ayudando a crecer a estas PyMEs y refrendamos nuestro compromiso que hemos mantenido durante estos años, a pesar de las crisis con pandemia, sin pandemia y a pesar de la pandemia”: asintió la directora comercial de CONTPAQi.





**Te certifica sin costo**

**Se de los primeros 100 canales en  
certificarte gratuitamente y obtén  
grandes beneficios:**



**Regístrate aquí**





*“Ofrecemos cursos y certificaciones a los canales para generar estrategias en los negocios, les acercamos herramientas consultivas para que ellos puedan ser cada vez mejores en su negocio y también, evidentemente, les apoyamos para que ellos puedan mantener una operación sana y rentable; esta cadena de valor que generamos, ellos la pueden extender a sus clientes finales; la inversión que tenemos en ellos no solo es económica, sino también de un tiempo y de valor importante, por lo que somos una empresa cliente-céntrica, es decir estamos enfocados hacia el cliente y el usuario final, y escuchamos lo que nos dicen ambos sobre qué necesitan, para poder mejorar nuestros productos y nuestros programas de cara hacia los socios de negocios, pero también de cara al usuario final”:* Lizbeth Ortega.



En su carácter de fabricante, Acer incitó a los canales a capacitarse y entrenarse para convertirse en ese aliado tecnológico que las PyMEs requieren y priorizó: “Continúen su plan de especialización y fortalecimiento de valores agregados del canal, es de importancia crítica el no permitir que el mercado se convierta en un mercado solo de precios, dañando la rentabilidad y los márgenes del negocio. Es necesario aportar valor y apoyo en el desarrollo y crecimiento a las PyMEs en México, estas son la base de nuestra economía y sin la asesoría de un canal experto en tecnología, difícilmente pueden identificar los alcances y ventajas que pueden obtener de las tecnologías de información”: valoró el gerente de Canal Acer México.

**“Manejamos un amplio catálogo de opciones financieras al que pueden aplicar; las mismas pueden ir desde líneas de crédito que arrancan a partir de los 50 mil pesos, así como diversas opciones de arrendamiento que inician desde montos accesibles y que permiten llevar a las PyMEshacia la transformación digital; aunado a esto, también es importante entender claramente las necesidades de los clientes, identificar las opciones de producto y equipos que mejor se adapten a las mismas”:**



**GABRIEL LEJTIK**

**Gabriel Lejtik, Director de Marcas en CVA.**

Finalmente, los canales no deben olvidar involucrarse de manera activa en el conocimiento de los negocios, giros, nichos o espacios que tengan como objetivo de mercado las PyMEs, y a las cuales les ofrecerán las soluciones o productos, ya que en buena medida, la función y éxito de la estrategia estará supeditada por

la excelsa comprensión de los canales y su posibilidad de entregar valor agregado a sus servicios. “En CyberPower tenemos un programa de precio semilla, el cual permite adquirir uno de nuestros UPS a un precio muy asequible, con este programa buscamos que los usuarios prueben de primera mano nuestros UPS y que por experiencia de uso comprueben que somos su mejor opción. Queremos estar más cerca de los usuarios y a través de nuestras redes sociales pueden contactarse con nosotros, no solo para aquellos que ya cuentan con algún UPS CyberPower, sino también para aquellos que necesitan asesoría sobre dónde comprar, garantías, qué UPS es el mejor para sus necesidades y más”: Raúl Robles.

**“Siempre hay aliados estratégicos que pueden ofrecer servicios complementarios a los que se pueden estar ofreciendo a los clientes, al buscar estos socios damos apertura y oportunidad a que las PyMEs sigan desarrollándose”:** Raúl Robles.



**RAÚL ROBLES**



## FELICITA

### LUNES 27 JUNIO

ALEJANDRO SÁNCHEZ ROBLES, DIRECTOR GENERAL DE **CYBERPOWER**

LOLA MOLINS, DIRECTORA DE **MARKETING EN GIGAS**

VERÓNICA LÓPEZ VALENZUELA, REGIONAL MARKETING MANAGER EN **TOP VICTORY ELECTRONICS**

### MARTES 28 JUNIO

#### DÍA DE LA DIVERSIDAD SEXUAL

MANUEL CASTELL RAMÍREZ, DIRECTOR DE BI DE **KINEOS VISIÓN ESTRATÉGICA**

MAURICIO DOCE, GERENTE REGIONAL DE MARCOM EN **EPSON**

CHRISTIE DIGITAL POR SU **9° ANIVERSARIO**

MR SOLUTIONS POR SU **23 ANIVERSARIO**

REDLEAF POR SU **16 ANIVERSARIO**

ROM REFACCIONES POR SU **32 ANIVERSARIO**

### MIÉRCOLES 29 JUNIO

MÓNICA SUSANA CARRILLO MILÁN, GERENTE DE MARCA APPLE EN **GRUPO CVA**

PATRICIA AGUIRRE AYALA, SENIOR MANAGER, BRAND DEVELOPMENT EN **TELEDINÁMICA MÉXICO**

### JUEVES 30 JUNIO

CRISTINA GARCÍA HERRERA, DIRECTORA DE DESARROLLO WEB DE **VERTICE STUDIO**

EFRAÍN MORALES HERNÁNDEZ, GERENTE DE PROYECTOS EN **TECNO-SOLUTIONS STT**

LUIS FERNANDO RUEDA LAZCANO, DIRECTOR GENERAL DE **OXIRUS NET**

D&R CLOUD SOLUTIONS POR SU **5° ANIVERSARIO**

### VIERNES 1 JULIO

#### DÍA DEL INGENIERO

AURELIO ARELLANO NEVÁREZ, DIRECTOR DE OPERACIONES EN **AENDER**

DANIEL PÉREZ BARRERA, INGENIERÍA EN **ASTEL**

EDUARDO NORIEGA, CEO DE **INTERCOMPRAS**

IVÁN ZÚÑIGA GRAJEDA, DIRECTOR GENERAL DE **DIGITALDEPOT**

ITONER POR SU **18 ANIVERSARIO**

TRENDNET POR SU **32 ANIVERSARIO**

TSC PRINTERS POR SU **51 ANIVERSARIO**

### SÁBADO 2 JULIO

GUADALUPE RIVERA GRACIA, DIRECTORA GENERAL DE **ADG TECHNOLOGIES**

MIGUEL ÁNGEL BARRÓN ROJAS, ADMINISTRADOR EN TECNOLOGÍA EN **EQUIPO DE CÓMPUTO**

### DOMINGO 3 JULIO

GUSTAVO CARRILES, MANAGER PARTNER MARKETING EN **JAMF**

LUIS LEONEL LONGORIA CASTILLO, DIRECTOR DE **WEB CONTACT**

# GUÍA DE COMPRA

## Soluciones de Cooling

**LAS SOLUCIONES DE ENFRIAMIENTO SON NECESARIAS PARA PREVENIR EL SOBRECALENTAMIENTO DE SISTEMAS DE AIRE ACONDICIONADO O EN AMBIENTES DE CENTROS DE DATOS Y SERVIDORES, YA QUE PUEDEN GARANTIZAR SU ÓPTIMO FUNCIONAMIENTO Y EVITAR FALLAS O DAÑOS; ALGUNOS DE LOS EQUIPOS DISPONIBLES PARA EL CANAL SON LOS SIGUIENTES.**

Autor: **Anahi Nieto**

### HiRef

#### HTS

**Características:** Equipo Italiano de Aire Acondicionado de Precisión de expansión directa (DX) o agua helada (CW) para montaje en muro o techo (wall or ceiling) en capacidades de 2 hasta 10TR de refrigeración; los modelos de 3 y 5TR cuentan con humidificador interno y son montaje en muro (Wall Mounted). Equipos de bajo ruido al interior gracias a su motocondensadora donde se aloja el compresor; solución ideal para IDF's, MDF's y pequeños cuartos de telecomunicaciones. Todos los modelos cuentan con sensores de temperatura, resistencias eléctricas para deshumidificar, compresor scroll, refrigerante R410-A, display externo y control interno para poder realizar trabajo en equipo y monitorear el equipo de forma remota

**Garantía:** 12 meses a partir de la fecha de arranque y/o 18 meses en almacenaje.



### HiRef

#### NRCV

**Características:** Equipos de Aire de precisión dirigidos a soluciones en fila o confinamiento de pasillos, donde el espacio y la densidad térmica se encuentran entre los 5 y 10kW por gabinete. Equipo de 300mm de largo y 200 mm de altura en expansión directa (DX), cuenta con compresor Inverter, refrigerante R410-A, humidificador, ventiladores EC, sensores de temperatura, resistencias para deshumidificar, motocondensadora, display touch screen y control interno.

**Garantía:** 12 meses a partir de la fecha de arranque y/o 18 meses en almacenaje.



# GUÍA DE COMPRA

## Rittal

### LCP 12KW DX INRACK 3313429

**Características:** Sistema de enfriamiento más eficiente y silencioso del mercado. Capacidad de enfriamiento de 12KW, expansión directa. Versión INRACK: trabaja en conjunto con la condensadora 3311360 (y se sugiere gabinete 5311126). Características eléctricas: 220V, 60Hz, 1~50/60Hz. Ancho x Alto x Profundo: 300x2000x1200 mm.

**Garantía:** Un año.



## Stulz

### MiniSpace DX 5-25 kW

**Características:** La serie es eficiente en el consumo de energía y larga duración. Enfrian de manera eficiente, confiable y sostenible que los sistemas de aire acondicionado de confort habituales, ocupan poco espacio de suelo y su tamaño compacto hace que puedan integrarse en las salas de servidores sin problema. Ventajas a simple vista: compatible con todos los protocolos de BMS Habituales, regulación precisa de la temperatura ambiente y la humedad del aire.

**Garantía:** Un año.





# eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

## CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES



•Estrategías comerciales

•Soluciones de comunicación

•Oportunidades de negocio

[www.esemanal.mx](http://www.esemanal.mx) [ventas@esemanal.mx](mailto:ventas@esemanal.mx)

# GUÍA DE COMPRA

## Stulz

### WallAir 10.8-15.4 kw

**Características:** En los contenedores de telecomunicaciones, el espacio es primordial. Las unidades WallAir se instalan fuera del contenedor, permitiendo aprovechar al máximo el espacio interior. Estos aires acondicionados compactos y resistentes a la intemperie, las unidades funcionan según el principio de desplazamiento y están inmediatamente listas para su conexión y uso. Además del modo de compresor, estas unidades cuentan con modos de enfriamiento FreeCooling y mixto, lo que le brinda un alto ahorro en costos energéticos, de forma totalmente automática.

**Garantía:** Un año.



## Tripp Lite

### SmartRack SRFANROOF

**Características:** Integra 6 ventiladores de alto rendimiento de 120 V montados en un panel de techo de 6 pies (1,83 m), con enchufe de entrada NEMA 5-15P, a fin de aumentar la ventilación en el gabinete. Incluye accesorios de montaje que no requiere de herramientas y es compatible con gabinetes SmartRack de 42 y 48 UR.

**Garantía:** Limitada de dos años.



# 3 eSemanal

DÉCADAS NOTICIAS DEL CANAL



# SÍGUENOS EN LinkedIn

/NOTICIASDEL**CANAL**

## Tripp Lite

### Unidad portátil de aire acondicionado SRCOOL12K

---

**Características:** Unidad portátil, compacta y autónoma que proporciona enfriamiento principal, complementario o de reserva de 12 mil BTU. Cuenta con evaporador para una operación libre de goteos, manguera para apuntar el aire frío a un punto específico, diseño sin plomería ni circuitos especiales.

**Garantía:** Limitada de dos años.



# CONVENCIÓN CT 2022:

## Un espacio para nuevos negocios y confirmar el respaldo a sus socios

Autor: Raúl Ortega

- EL ACERCAMIENTO ESTUVO NUTRIDO POR FABRICANTES Y CANALES DE LA INDUSTRIA TI
- DURANTE APROXIMADAMENTE 12 DÍAS EL MAYORISTA RECORRIÓ JUNTO A SUS PARTNERS LAS CIUDADES DE VENECIA, TRIESTE, ANCONA Y BARI, EN ITALIA; CORFÚ, EN GRECIA; KOTOR, EN MONTENEGRO Y DUBROVNIK, EN CROACIA.



El evento tuvo la asistencia de más de 300 participantes, de los cuales más de 260 fueron distribuidores e integradores, sumado a los 40 representantes de las marcas patrocinadoras, generando un

espacio propicio y de negocio para la sinergia entre los canales y fabricantes.

El mayorista invitó a sus partners a viajar en el crucero MSC Fantasía, con paradas y actividades en las emblemáticas ciudades de: Venecia, Trieste, Ancona y Bari, en Italia; Corfú, en Grecia; Kotor, en Montenegro y Dubrovnik, en Croacia; tiempo en cual no sólo sirvió de esparcimiento para los socios de CT Internacional, sino más importante aún, trazar nuevos caminos de las oportunidades que vislumbran tanto fabricantes como el mayorista.

“TENEMOS QUE SACAR LA MEJOR VERSIÓN DE NOSOTROS Y RECORDAR EL ENTORNO EN EL QUE SE HA DESENVUELTO NUESTRA INDUSTRIA. SIEMPRE HEMOS ENFRENTADO DIFICULTADES Y SIEMPRE HEMOS PODIDO SALIR ADELANTE; JUNTOS, FABRICANTES, MAYORISTAS Y DISTRIBUIDORES”: SAÚL ROJO, DIRECTOR GENERAL DE CT INTERNACIONAL

Así bien, la compañía recordó que su trabajo excelso con sus socios no sólo esté reconocido por ellos, sino que cuenta con galardones que los respaldan, así lo detalló el director general de CT Internacional: “Somos una de las cinco empresas del país que ha sido galardonada durante 12 años consecutivos como una de las Mejores Empresas Mexicanas, un distintivo entregado por Doloitte, Citibanamex

y el Tecnológico de Monterrey, quienes premian y reconocen a las empresas mejor administradas y con mejores resultados en su operación. Además, por 10 años consecutivos hemos sido reconocidos con el distintivo de Empresa Socialmente Responsable que entrega el Centro Mexicano de Filantropía (Cemefi), gracias a nuestro modelo de negocio que se apega estrictamente a la ética y al gran impacto favorable que generamos con nuestras acciones en todas las comunidades donde operamos. Hemos participado activamente en la iniciativa del Premio Nacional de Calidad que evalúa a las empresas mexicanas y reconoce su desempeño, donde obtuvimos durante tres años consecutivos la calificación de Empresa Competente”.

“ESTAMOS SUMAMENTE EMOCIONADOS DE HABER SIDO RECONOCIDOS CON EL DISTINTIVO DE ‘COMPROMISO CONTRA LA CORRUPCIÓN’ QUE NOS DISTINGUE COMO UNA DE LAS EMPRESAS MÁS ÉTICAS DEL MUNDO, GRACIAS A NUESTRO PROGRAMA ANTICORRUPCIÓN Y NOS SENTIMOS SUMAMENTE ORGULLOSOS DE SER UNA DE LAS EMPRESAS MÁS GALARDONADAS DE ESTE PAÍS Y DE NUESTRA INDUSTRIA, QUE NOS AYUDAN A SER UNA MEJOR EMPRESA Y UN MEJOR ALIADO PARA NUESTROS SOCIOS DE NEGOCIO”: SAÚL ROJO.

Posteriormente, la compañía dio un breve repaso por los retos de los últimos años y el entorno global que ha terminado por afectar a la industria TI en temas como los precios de los energéticos, la pandemia, el riesgo de recesión en Estados Unidos, conflictos entre naciones y más; no obstante, CT Internacional también explicó cómo su portafolio de más de 15 mil





**15 de junio:** Llegada a Corfú, Grecia.

**16 de junio:** Llegada a Dubrobnik, Croacia.

**18 de junio:** Llegada a Trieste, Italia.

**19 de junio:** Transporte Aéreo de Venecia, Italia a CDMX, México.

500 productos y soluciones que engloban a 200 fabricantes, apuntalan las oportunidades para los socios del mayorista en diversas verticales. “Nuestro portafolio está integrado por cinco principales verticales como son: Hardware y Software, Comercio Electrónico, CT Cloud, Servicios Administrados y Servicios Financieros”: puntualizó el directivo.

Finalmente, la compañía hizo hincapié en las oportunidades e impulso que representa las herramientas de comercio electrónico para los socios y destacó que en México el crecimiento alcanzó el 27% en 2021, por lo que la marca ya cuenta con herramientas como: CT Online, su portal de comercio electrónico y CT App, además de: CT Cloud ofrece (Saas), Infraestructura como Servicio (IaaS) y Plataforma como Servicio (PaaS).

**“ES MUY IMPORTANTE QUE NUESTROS PARTNERS SE SUMEN A LA NUBE, PUES LAS EMPRESAS Y LOS USUARIOS FINALES ESTÁN CAMBIANDO LA FORMA EN LA QUE CONSUMEN LA TECNOLOGÍA; LA NUBE ES UN CATALIZADOR DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y NOSOTROS ESTAMOS AQUÍ PARA AYUDARLES”:** JUAN PABLO ROJO, DIRECTOR ADJUNTO Y DE EMPRESAS FILIALES.

## ITINERARIO DE LA CONVENCION DE CT INTERNACIONAL 2022:

**8 y 9 de junio:** Transporte Aéreo de Ciudad de México, México a Venecia, Italia.

**11 de junio:** Abordaje del MSC Fantasia en Trieste, Italia.

**12 de junio:** Llegada a Ancona, Italia.

**13 de junio:** Llegada a Kotor, Montenegro.

**14 de junio:** Llegada a Bari, Italia.

El evento también se enriqueció con las participaciones de Alejandro Sánchez, Director General de CyberPower Systems México, Carlos Díaz, Director General de Smartbitt, Ricardo Sánchez, Gerente de Cómputo SMB de HP Inc, Ángel Castañeda, Gerente de Ventas de Canal en Huawei México, Marco Jimenez, Director General Lenovo Mexico; Álvaro Huerta, Vicepresidente de Adata, entre otros.

Para cerrar las actividades, Saúl Rojo encabezó el ciclo de conferencias “CT: 30 Años Impulsando la Adopción de la Tecnología en México” en el que dio a conocer las ventajas competitivas de la compañía y las razones que han ayudado a la empresa a consolidarse como el mayorista distribuidor líder de la industria de Tecnologías de Información en México.

Finalmente, la convención de CT Internacional, además de las ponencias de valor compartidas por los directivos y fabricantes, también tuvo algunos momentos inolvidables, que permitieron entre otras cosas la convivencia de todos los invitados.

# MOMENTOS **INOLVIDABLES** DE LA CONVENCIÓN CT 2022





# LLEGA **KASPERSKY DAYS** PARA FORTALECER A SU ECOSISTEMA DE PARTNERS

**CON EL OBJETIVO DE MANTENER SU ECOSISTEMA DE PARTNERS ACTUALIZADO Y AMPLIAR OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO DE NEGOCIOS, LA COMPAÑÍA HA DADO INICIO A LA PRIMERA EDICIÓN DE KASPERSKY DAYS.**

**Redacción** eSemanal

**E**sta iniciativa, conformada por sesiones personalizadas, acercan conocimientos para impulsar y fortalecer el desarrollo comercial de socios por medio de soluciones avanzadas que les permita ofrecer una oferta innovadora a sus clientes.

Acciones como ésta son importantes si consideramos que 56% por ciento de las PyMES y organizaciones de mayor tamaño están dispuestas a incrementar el presupuesto de seguridad informática en los próximos tres años, de acuerdo con cifras de la compañía.

Durante los Kaspersky Days se integran sesiones lúdicas y dinámicas para acercar a los partners a charlas sobre tendencias en ciberamenazas y entrenamientos técnicos, así como compartir estrategias de negocio para el segmento corporativo. El evento también cuenta con talleres donde los participantes tienen la oportunidad de presenciar demostraciones y conocer más a fondo soluciones como Kaspersky Endpoint Security for Business, Kaspersky Endpoint Security Cloud, Kaspersky Hybrid Cloud Security, Kaspersky Industrial Cybersecurity, Kaspersky Endpoint Detection and Response (EDR) y Kaspersky Managed Detection and Response.



“En Kaspersky, empresa en la que somos 100% canal, nos esforzamos por apoyar a nuestros socios a crecer sus negocios a través de herramientas, incentivos y capacitaciones que les permitan agregar valor a los clientes y atender de mejor manera sus preocupaciones y retos en ciberseguridad. Nuestra cartera de productos es muy completa, pues incluye soluciones para nubes híbridas, prevención de fraudes, inteligencia de amenazas y seguridad industrial, entre otros, lo cual permite a nuestros partners diseñar estrategias de acuerdo a las necesidades de cada cliente, ofreciendo soluciones y servicios específicos de ciberseguridad”: Stella González, Directora de Canales para México en Kaspersky.

Así mismo, los socios acceden a los aspectos más importantes del programa para partners Kaspersky United, con el que pueden mantener y monetizar sus especializaciones en diferentes niveles de estado (Registered, Silver, Gold y Platinum) en uno o varios dominios; por solución (seguridad de nube híbrida, defensa y administración de amenazas, o prevención de fraude), o por servicios, como proveedor de servicios administrados, proveedor de detección y respuesta administrados o centro de capacitación autorizado. Kaspersky United Partner Program ha sido reconocido por dos años consecutivos como el número uno por el Canalys Worldwide Vendor Benchmark por la calidad de su programa para socios.

Otro de los puntos que se comparten en los Kaspersky Days es la plataforma de incentivos KUDOS, la cual recompensa a los vendedores de los socios de negocio con atractivos estímulos monetarios a través de un programa de puntos. Los Kaspersky Days iniciaron en mayo y se extenderán hasta finales de junio en tres sedes: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, a fin de integrar al mayor número de partners.

2022



Apoyando el  
negocio del canal



# COMERCIO HÍBRIDO, PRODUCTOS SOSTENIBLES Y MARCAS CON PROPÓSITO: CÓMO LA TECNOLOGÍA POTENCIA 3 NUEVAS DEMANDAS DE LOS CONSUMIDORES

*\*Por Carlos Capps*

Todos, invariablemente, somos consumidores en algún momento de nuestros días. En los últimos dos años, en concreto, nuestra relación con el consumo ha cambiado radicalmente y la tecnología fue la protagonista de esta transformación, que ha potencializado tres nuevos pilares para el cliente: el retail híbrido, la sostenibilidad y el propósito de las marcas.

En este contexto, el enfoque omnicanal se ha fortalecido. El retail híbrido ha dejado de ser una especulación o proyección futura de las empresas para hacerse realidad y ser parte del día a día de nuestras compras. Los insumos tecnológicos, acelerados por la Inteligencia Artificial (IA) y la nube híbrida, nos han acercado a las marcas y nos han abierto más de un canal, a través del cual nos comunicamos, nos encontramos y establecemos nuestra relación con las empresas. La tienda está en todas partes: en redes sociales, sitios web, plataformas, aplicaciones. También sigue existiendo físicamente, a menudo como puerta de entrada a esta experiencia multiconsumo, y se mantiene muy relevante y presente.

Una encuesta reciente realizada por el IBM Institute for Business Value (IBV) en colaboración con National Retail Federation (NRF) aporta información de esta nueva realidad del retail híbrido. La mayoría (72 %) de los 19 mil compradores encuestados afirmó que la tienda física sigue siendo el principal lugar de compra. La encuesta demuestra además crecimiento de la preferencia por canales híbridos, ya que el 27% de los encuestados dijo que prefiere tener más de una opción que ofrece la marca que buscan cuando quieren comprar algún producto. Este crecimiento también se suma a la compra contextual. En ella, el público se da cuenta de su experiencia en una herramienta virtual, ya sea por medio de un Código QR, es decir, en el metaverso.

Otro pilar de la tendencia actual del consumidor es la sostenibilidad, que pasa por toda la discusión de ESG que estamos experimentando. No es sólo el producto o servicio lo que importa. El cliente quiere conocer el origen, las condiciones de producción y de qué manera las marcas ofrecen sus contrapartes para compensar

a la sociedad por los impactos generados por el proceso productivo. En este escenario, la práctica de las empresas debe coincidir con su discurso de sostenibilidad. Por ello, los bienes y soluciones que se ofrecen con esta característica demandan más de toda la cadena, incluyendo el sector tecnológico. Incluso con valores por encima del promedio, los consumidores están dispuestos a pagar un 40% más por productos y servicios sostenibles.

La tecnología se inserta de modos diversos en el consumo sostenible. Una de las formas es auditando toda la cadena productiva de las acciones de sostenibilidad que practican las empresas con el uso de blockchain. Con la trazabilidad de todos los pasos sin interferencia en los datos, la credibilidad de la marca sostenible llega a otro nivel. El cliente que apunta el smartphone al código de producto para poder verificar dónde, cuándo y cómo se ha producido tendrá más seguridad de la veracidad de la información presentada y entenderá que parte de ese costo adicional en el producto final se debe también a esta preocupación por la transparencia y la tecnología implicada.

Además de la venta al por menor híbrida y la sostenibilidad, los consumidores buscan marcas con propósito (purpose driven brand). No es suficiente ofrecer múltiples canales de compra y prácticas que se comprometen con la sociedad, el medio ambiente y la gobernanza corporativa. Aún de acuerdo con el estudio del IBV que cité anteriormente, el 44 % de los consumidores toma decisiones de compra basadas en los propósitos de las marcas. Buena parte de las corporaciones que más sobresalen en el mercado actualmente están comprometidas con fines que resumen su esencia, a pesar de su propósito comercial. El consumidor no solo compra sus productos y contrata sus servicios, sino que también se identifica con su visión y sus valores, dentro de una perspectiva humanística. En este quesito, la tecnología también juega un papel clave, ya que facilita, con la aplicación de la IA, la comprensión del lenguaje para potenciar la calidad de la atención y acercarse al público, ofreciendo, cada vez más, características de la comunicación humana y la esencia que la marca quiere difundir.

Ya quedó atrás el momento en el que solo consumíamos sin percatarnos de la diversidad de canales, aspectos de sostenibilidad y los propósitos de las empresas. Hoy en día, todo lo que compramos agrega valores intangibles que, impulsados por la tecnología, hacen que nuestra experiencia de compra sea más personalizada,



## CARLOS CAPPS

única y comprometida. Estos tres pilares señalan los cambios que ya han llegado a observarse en nuestro comportamiento, pero también demuestran misiones a intensificar por parte de las empresas para aplicar soluciones tecnológicas en beneficio de este proceso gradual de transformación en la forma de relacionarnos con sus marcas.

**\*El autor es Líder de las industrias de Retail, Consumo, Salud y Agricultura de IBM Consulting en Latinoamérica.**

# TIPS PARA LIDIAR CON CLIENTES INSATISFECHOS Y VOLVERLOS DEFENSORES DE TU MARCA

Redacción **eSemanal**

**L**os clientes de un negocio lo pueden llevar al cielo con sus buenos comentarios o lo pueden meter en serios problemas cuando están insatisfechos. Por ello, atenderlos bien es fundamental, ya que esto protegerá la reputación de la marca y abrirá la posibilidad de que estos clientes sean leales a la empresa.

Según un estudio publicado en Harvard Business Review, el cual analizó las respuestas de clientes insatisfechos en varias redes sociales, tan solo el reconocimiento del problema del cliente de una manera empática por parte de la empresa puede calmar la frustración inicial que siente el cliente y no solo eso, una la respuesta empática puede ponerlos de nuevo en el camino de la lealtad a la marca.

Los clientes insatisfechos son inevitables, por lo que es muy importante que los gerentes de ventas y atención al cliente aprendan a tratar con todo tipo de personas sobre si el producto fue bueno, si el servicio posventa satisfizo sus necesidades o si el personal respondió mejor.

Por tanto, ¿cómo tratar con este tipo de clientes y convertirlos en defensores de la empresa? María Gil Millán, consultora e instructora de Udemy, compartió cinco puntos para brindarles la atención que esperan:

**1) Dialogar con la persona.** Es importante responder a todos los mensajes de los clientes, incluso si están lo suficientemente insatisfechos o enojados como para decir que nunca más comprarán de esa marca. Simplemente entablar una conversación con esa persona puede calmar su frustración. Habla con él/ella para entender realmente lo que quiere y así saber si puedes o no ofrecerle algo.

**2) Ponerse en su situación.** En muchas ocasiones, los clientes más allá de buscar una acción concreta que pueda paliar su insatisfacción solo buscan empatía hacia su experiencia, así que es muy importante “ponerse en sus zapatos” a la hora de hablar con ellos, ya que de esta manera la comunicación se desarrollará de forma amistosa.

**3) Ser honestos.** La honestidad es uno de los

valores de marca más valorados entre los consumidores, así que hablar con ellos de manera clara y transparente sobre lo que causó el descontento aumentará las posibilidades de que su actitud cambie. Si es necesario, admite tus errores y pide disculpas, ellos lo valorarán.

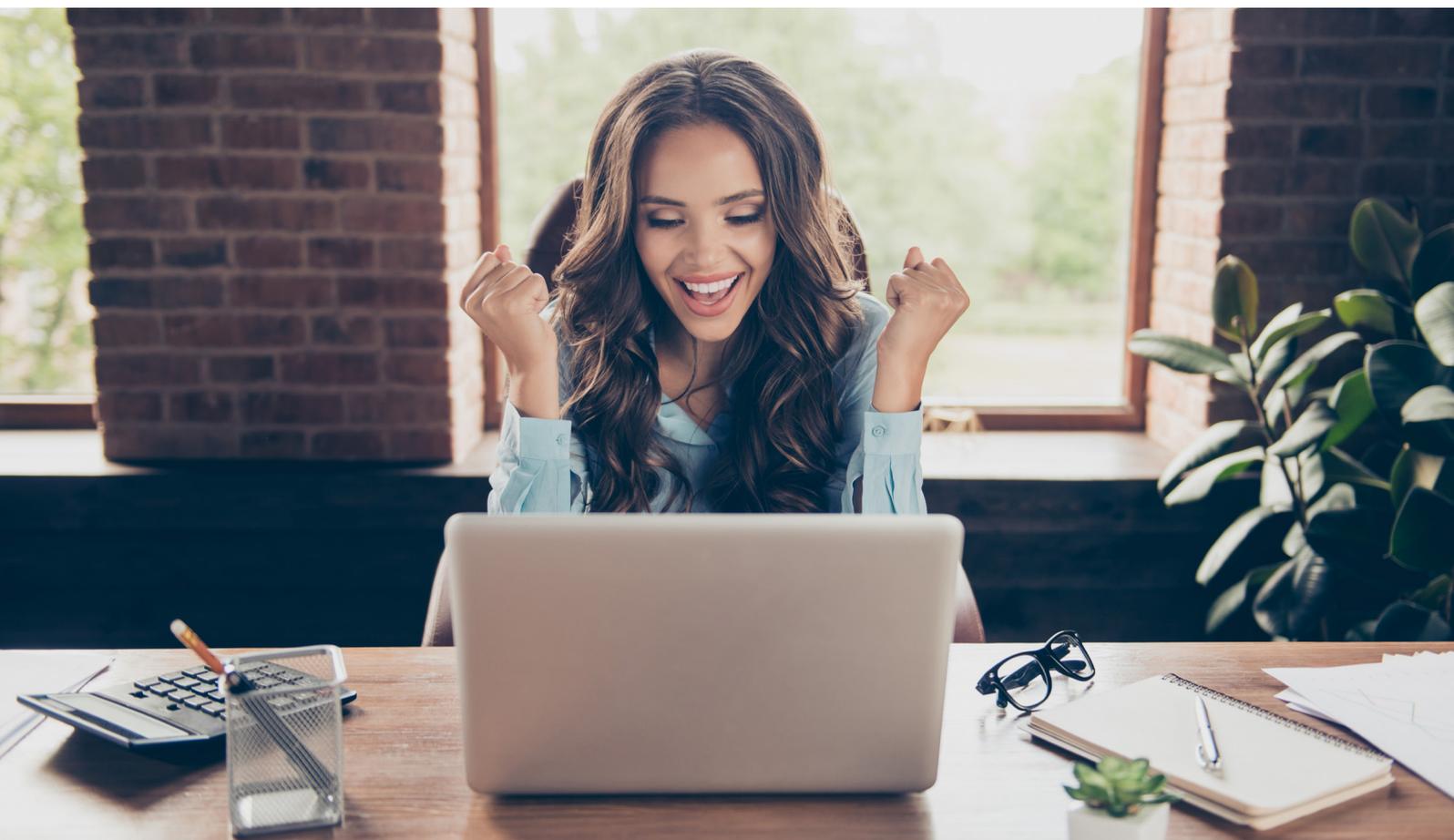
**4) Comprometerse con el cliente.** Si ya la empatía es una gran actitud hacia los clientes insatisfechos, el compromiso con ellos ofreciendo soluciones generará aún mayor satisfacción. Sé sincero, ofrece varias alternativas para solucionar el problema y si es necesario, admite si lo que busca en ese momento no se le puedes dar.

**5) Recomendar siempre otras opciones.** Es muy importante que siempre se busque alternativas que se puedan ajustar a lo que el cliente necesita y que se ofrezcan varias posibilidades que le ayuden a solucionar su problema. Sin embargo, si su empresa no puede ofrecérselas, es adecuado que le sugieras soluciones incluso de la

competencia. Esto demostrará un interés genuino de tu parte de resolverle el problema y generará una buena impresión en el consumidor.

Para tener una mejor relación con los clientes, es recomendable desarrollar un estudio del cliente para conocerlo y así entenderlo mejor y cubrir sus necesidades. Adicionalmente, desarrollar habilidades blandas como la escucha activa, comunicación, empatía y la resolución de conflictos puede ser clave.

**“Personas insatisfechas las vamos a encontrar siempre, evitar esto es imposible. Las personas son maravillosas así que el mayor aprendizaje con respecto a estas situaciones es conocerlas y aprender a tratar con ellas”:** María Gil Millán.



# MANTENTE INFORMADO EN NUESTRAS REDES SOCIALES



## Mini PC ExpertCenter PN64 de **Asus**

Procesa operaciones empresariales intensivas. Impulsado por CPUs Intel Core de 12ª generación y memoria RAM DDR5-4800. Compatibilidad con cuatro pantallas 4K para aplicaciones en entornos educativos, tiendas, restaurantes, hoteles o videowalls en espacios públicos o de oficina.

### Descripción

Chasis acanalado con bordes biselados. Diseño térmico. Fácil acceso a los módulos de almacenamiento y memoria para actualizaciones. Dimensiones de 120 x 130 x 58 mm y un peso de 1 kg.

### Características

- Ranura PCIe 4.0 x4 M.2 SSD
- USB 3.2 Gen 2 Type-C con soporte DisplayPort 1.4
- USB 3.2 Gen 2
- Dos puertos HDMI y puerto configurable
- Soporte hasta para cuatro pantallas 4K o una pantalla 8K
- Incorpora tecnología de cancelación de ruido impulsada por IA
- Control inteligente del ventilador

[contactame@esemanal.mx](mailto:contactame@esemanal.mx)



## Maxify GX7010 de Canon

Multifuncional 4 en 1: impresora, copiadora, escáner y fax. Rendimiento de 6,000 páginas en B&N y 14,000 páginas a color. Imprime en una amplia variedad de papeles como fotográfico, satinado, brillante, etiquetas, bond, etc. desde tamaño 4" x 6" hasta impresiones de 1.20 metros de largo.

### Descripción

Ofrece bajo costo de impresión sin comprometer la calidad y versatilidad. Compacto para adaptarse a cualquier espacio. Fácil uso y acceso. Poco o nulo mantenimiento.

### Características

- Doble bandeja de papel con una capacidad de 250 hojas c/u
- Escaneo auto dúplex a través del ADF
- Tintas pigmentadas: BK, C, M, Y
- Conectividad WiFi, Ethernet y High Speed USB
- Impresión desde dispositivos móviles
- Confidencialidad de la información
- Diferentes usuarios con acceso al mismo dispositivo

[contactame@esemanal.mx](mailto:contactame@esemanal.mx)



## GT Neo 3 de **realme**

Teléfono inteligente de 6.7" con procesador MediaTek Dimensity 8100. Ofrece rendimiento superior de CPU y juegos junto con capacidades de ahorro de energía.

### Descripción

Producto insignia de alta gama. Parte posterior tallada en una pieza de vidrio AG mate. El diseño de rayas de carreras simula la velocidad y el rendimiento. Viene en color azul, blanco o negro.

### Características

- Panel AMOLED con frecuencia de actualización 120 Hz
- Cámara triple, principal de 50 MP con IA
- Carga rápida de 80W del 0 al 50 % en 12 minutos
- Sensor de imagen Sony IMX766
- NFC de 360°
- Altavoces duales Dolby Atmos
- Modo GT 3.0 para gamers
- Batería de 5000 mAh
- Disponible a partir del 28 de junio

[contactame@esemanal.mx](mailto:contactame@esemanal.mx)

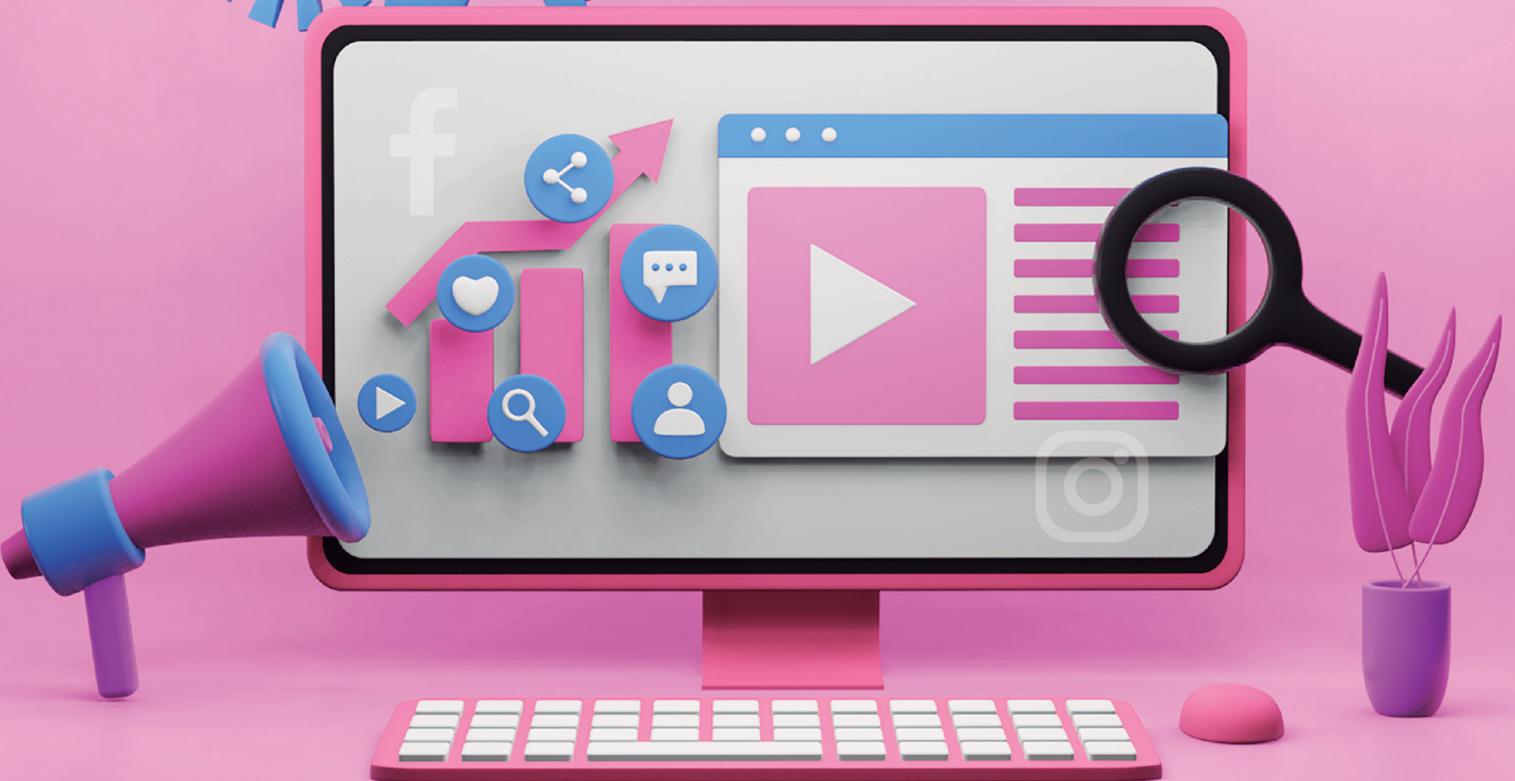




# eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

## CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES



- Estrategías comerciales
- Soluciones de comunicación
- Oportunidades de negocio

[www.esemanal.mx](http://www.esemanal.mx) [ventas@esemanal.mx](mailto:ventas@esemanal.mx)

## ViewFinity S8 (modelo: S80PB) de **Samsung Electronics**

Monitor para profesionales creativos, como creadores de contenido y diseñadores gráficos. Disponible en modelos de 32" y 27".

### Descripción

La resolución UHD se combina con una amplia gama de colores de hasta el 98% de DCI-P3 y Video Electronics Standards Association (VESA) DisplayHDR para ofrecer más rango, precisión y matices. La calibración de fábrica garantiza proyectar hasta 1 mil millones de colores con una claridad cristalina en el panel IPS.

### Características

- Resolución 3,840 x 2,160 (UHD)
- Ergonómico, soporte de altura ajustable
- HDR 32" - HDR600, 27" - HDR400
- Brillo máximo (típico) 32" - 600 cd/m<sup>2</sup>, 27" - 400 cd/m<sup>2</sup>
- Tiempo de respuesta 5ms (GtG)
- Relación de contraste 1,000:1 (Typ.)
- Ángulo de visión 178° (horizontal) / 178° (vertical)
- Eye care adaptive picture/eye saver mode/flicker free
- Puerto de pantalla / 1 HDMI / 1 USB-C / Hub USB 3.0 (3 Dn)

[contactame@esemanal.mx](mailto:contactame@esemanal.mx)



## ColorPro VP2776 de **ViewSonic**

Monitor profesional de 27" con tecnología Nano IPS, 98% de capacidad DCI-P3 y resolución QHD (2560x1440). Ofrece colores sorprendentes, satisfaciendo las demandas de los profesionales que desarrollan contenido visual.

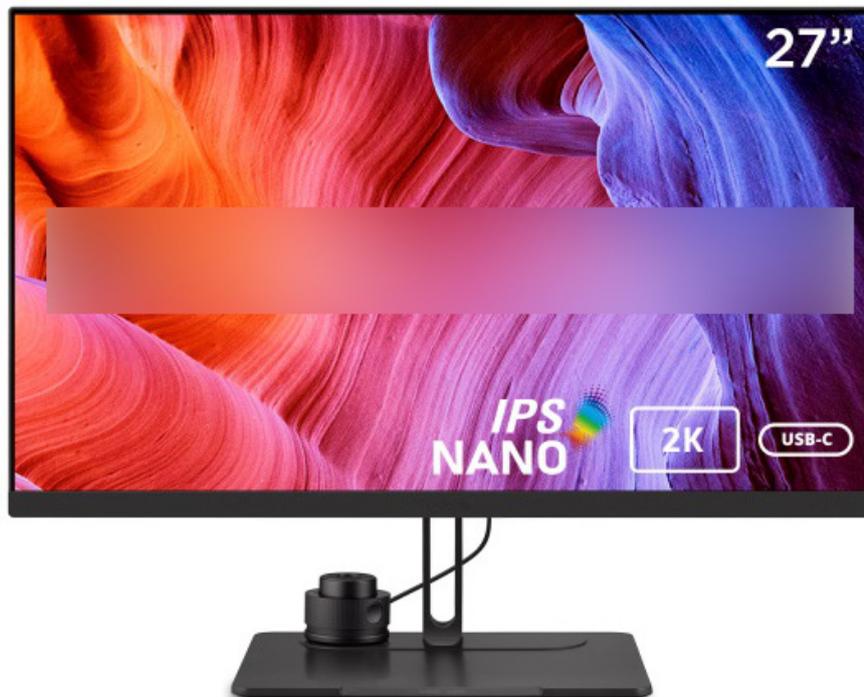
### Descripción

Integra una rueda ColorPro que incluye un calibrador de color para precisión a largo plazo y una amplia gama de colores compatible con Mac. Brinda acceso instantáneo al software de edición Adobe Photoshop y Capture One, y control de los ajustes OSD.

### Características

- VESA DisplayHDR 400 y precisión de color validada por Pantone
- Tecnología de coincidencia de color ICCSync
- Tasa de refresco de 165Hz
- Suministro de energía de 90W con puerto USB-C
- Compatible con G Sync

[contactame@esemanal.mx](mailto:contactame@esemanal.mx)



# TECNOLOGÍA BIOMÉTRICA, EL ALIADO PARA PREVENIR EL ROBO HORMIGA EN COMERCIOS

Redacción **eSemanal**

• **EL ROBO HORMIGA OCASIONA PÉRDIDAS DE HASTA 14,000 MILLONES DE PESOS AL AÑO AL SECTOR RETAIL, CON HASTA 80 ROBOS AL DÍA**

• **EL 95.5% DE LOS DELINCUENTES NO GENERA UNA CARPETA DE INVESTIGACIÓN ANTE EL MINISTERIO PÚBLICO DEBIDO AL MONTO DE LOS HURTOS**

• **EL RECONOCIMIENTO FACIAL PUEDE AYUDAR A INHIBIR LAS INTENCIONES DE ROBO O A IDENTIFICAR A LAS PERSONAS QUE ESTÁN COMETIENDO EL DELITO: BIOMETRÍA APLICADA**

**S**in lugar a duda, el denominado robo hormiga, es decir, aquellos hurtos menores perpetrados por personas que normalmente esconden los artículos entre sus ropas, también conocidos como farderos, es uno de los grandes dolores de cabeza de los comercios minoristas del país.

De acuerdo con organismos empresariales como la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) y la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), este ilícito puede llegar a generar pérdidas de entre 10,000 y 14,000 millones de pesos al año al sector, con un promedio de hasta 80 incidentes al día.

“Lo más preocupante de todo esto es que, según la Encuesta Nacional de Victimización de Empresas 2020 realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el 95.5% de los casos no ameritarán una carpeta de investigación ante el Ministerio Público, debido a que son montos muy pequeños. Esto permite que la posibilidad de reincidencia por parte de estos delincuentes sea muy alta”, advirtió Adolfo Loera, CEO de Biometría Aplicada, empresa especializada en sistemas de seguridad biométricos.

“Con la pandemia el robo hormiga se duplicó, por lo que podemos anticipar que, con la apertura del 100% de los negocios, el delito seguirá en crecimiento. Los robos menores pueden originar mermas en los inventarios de hasta 15%, con lo que se generan pérdidas de hasta un 7% del total de las ventas y una reducción del 23% en la utilidad, y los empresarios aún no han podido generar una estrategia efectiva para inhibir estos delitos”, agregó.

Ante ello, es necesario que el sector retail adopte un proceso de transformación digital más agresivo y se acerque a tecnologías como el reconocimiento facial, que puede ser un excelente aliado para identificar a los farderos y con esta información monitorear en tiempo real sus acciones y detenerlos antes de que concreten el robo.

“Este sistema biométrico se basa en la medición de los puntos nodales del rostro, como la separación de los ojos o la longitud de la línea de la mandíbula, entre otros, para generar un template de la cara de la persona y que servirá de base para futuras identificaciones. El avanzado algoritmo puede realizar identificaciones incluso con elementos que pudieran generar distorsiones en la captura como bigotes y barbas, lentes, sombreros, cubrebocas, bufandas y hasta cascos”, explicó. Con ello, el sistema logra un 99.99% de precisión en la detección de rostros; 99% de precisión en la identificación de la persona; 98% en el conteo de personas que ingresan o salen del recinto; 97% en la precisión de reconocimiento de género; 95% en la estimación de la edad y lo hace en un tiempo de 0.3 segundos.

Asimismo, la tecnología detrás del reconocimiento facial está tan avanzada, que hoy no reconoce la presencia física de un usuario si se le presenta una fotografía de alta calidad, una representación digital o algún otro intento de vulneración del sistema. Esto se hace a través de la denominada prueba de vida, que puede ser activa o pasiva, y que trabaja en conjunto con el sistema biométrico para medir y analizar las características físicas y las reacciones de la persona con el fin de determinar si se está capturando la muestra a partir de un sujeto vivo que está presente físicamente en el punto de venta o si se está tratando de engañar al sistema con una foto, un video o una máscara.

“Es muy importante que el sector retail en su conjunto genere una infraestructura de seguridad que le permita realizar monitoreos en gran escala, porque un fardero no actúa en la misma tienda siempre, normalmente se alternan entre diferentes puntos de venta de varias marcas para evitar ser identificados. Con un sistema de reconocimiento facial, la empresa podría generar una alarma en cuanto se registre el ingreso de uno de estos delincuentes y seguirlo en tiempo real, sin generar ningún tipo de intervención a menos de que sea necesario, pero además podrá compartir estas alertas con las tiendas aledañas para que también estén al pendiente”, explicó Loera.

### Casos de éxito

El uso del reconocimiento facial en espacios con un amplio aforo ha sido probado, principalmente, en eventos deportivos, en donde ha demostrado su alta eficiencia al prevenir el ingreso a estadios de personas peligrosas.

Como ejemplo está el Mundial de Rusia 2018, donde en el Estadio Luzhnikí, en conjunto con el Ministerio de Transporte Público de Moscú, se colocaron alrededor de 224 cámaras que controlaron todos los accesos al estadio y las fans zones. Gracias a esto se identificaron a personas que tenían prohibido entrar a estadios por conductas agresivas en el pasado, criminales que se encontraban en listas federales de búsqueda, a un extremista político y 8 ladrones, y se mandaron alertas a la policía para su detención.



# TRIPP LITE

## celebra 100 años en el mercado de UPS en México, tras integrarse a Eaton

Redacción **eSemanal**

**LOS EQUIPOS DE TRIPP LITE Y EATON, QUE AHORA FORMAN PARTE DEL MISMO GRUPO, SE REUNIERON DE MANERA PRESENCIAL CON SUS MAYORISTAS Y DISTRIBUIDORES DE LA CDMX Y DEL INTERIOR DE LA REPÚBLICA MEXICANA, PARA FESTEJAR LOS 100 AÑOS.**

“**E**s un honor celebrar juntos estos 100 años de éxito que hemos logrado gracias a cada uno de ustedes, a la relación de respeto y lealtad que consolidamos a lo largo de estos años”, aseguró Juan Luis Tron, Director General de Tripp Lite, a sus socios de negocios, durante la apertura del evento. Además de Juan Luis Tron, estuvieron presentes Gustavo Schmidt, Vicepresidente y Gerente General del Sector Eléctrico de LATAM; Enrique Chávez, Director Eaton CPDI México; Bryn Morgan, Vicepresidente de Negocios Internacionales de Tripp Lite by Eaton, y Juan Pablo Ortuzar, Líder de Integración LATAM, así como los Gerentes Regionales de Tripp Lite y su equipo comercial, quienes se reunieron en esta celebración, con los directivos y dueños de sus canales especializados.

### Una nueva era

Durante el festejo, Enrique Chávez explicó que la integración de Tripp Lite a Eaton juega un papel muy importante al permitirle al grupo ganar 9 puntos adicionales para consolidar su posicionamiento “Con la adquisición de Tripp Lite logramos convertirnos en líderes en el mercado de UPS en México, con un 31 % de participación. Esta unión también fortalece nuestros canales especializados y además nos permite incorporar un extenso portafolio de soluciones que se complementan entre sí, para integrar diversos proyectos, en energía crítica, infraestructura digital, distribución eléctrica, entre muchos más”.

Por su parte, Gustavo Schmidt mencionó a los socios de negocios que se ampliarán las soluciones de infraestructura tecnológica y de servicios digitales a fin de impulsar la transición energética y la innovación digital.



“Se dice fácil, pero durante estos 100 años de trayectoria hemos logrado crear una cultura de protección de energía, logramos vender más de 1,500,000 UPS’s y diversificamos más de 5 mil productos que al unírnos a Eaton, ahora aumentaron a cerca de 10 mil. Hoy por hoy, hemos logrado que el canal y los usuarios finales nos pidan los entrenamientos y logramos que más de 30 mil personas participaran en nuestros webinars de especialización, y ello nos permitió extender más de mil certificados en ‘Champions’, más de mil en ‘Energy Specialist’ y más de mil en la categoría de ‘Experts’. Hemos logrado alianzas con los fabricantes más importantes del mercado y hemos implementado nuestras soluciones en todos los mercados, gracias a los más de 7 mil distribuidores que entendemos por año”: Juan Luis Tron.



En tanto, Juan Pablo Ortuzar explicó que en cuestión branding, al escuchar Eaton y Tripp Lite, se fusionan los conceptos de calidad y lealtad al canal, lo que nos permite afianzar el poder de la marca. “Con esta integración nos convertimos en el jugador número 1 del mercado, y no lo hubiéramos logrado sin la participación de nuestros socios de negocios que juegan un papel primordial para nosotros, y por ello les agradecemos que estén haciendo este viaje con nosotros. La sinergia entre Tripp Lite, Eaton y los distribuidores, han sido la clave de éxito porque nos permite cubrir proyectos de amplia expectativa” reveló el directivo.

Al conmemorar los 100 años de trayectoria, Bryn Morgan explicó que Tripp Lite se ha caracterizado por ser punta de lanza en diseñar y fabricar soluciones tecnológicas innovadoras; desde inventar faros de automóviles, luces giratorias para policías, bomberos y ambulancias, hasta desarrollar una línea de inversores de energía CD-a-CA, así como el primer UPS para PC, y la fabricación de cientos de productos de conectividad, PDU, racks, KVM, de enfriamiento, entre otros.





**SÍGUENOS EN**  
**TWITTER**

**@eSemanal**

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

