



4 de Julio 2022 · Año 31 | No. 1482

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Back to School

Demasiadas **oportunidades** y desafíos

TEAM E INCODE

Alianza en ciberseguridad

GUÍA DE COMPRA

de Escáneres de Producción

HPE

Partner Ready Vantage,
un programa para
ganar





eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES



•Estrategías comerciales

•Soluciones de comunicación

•Oportunidades de negocio

www.esemanal.mx ventas@esemanal.mx



Álvaro Barriga •

REGRESO A CLASES PRESENCIALES LA OPORTUNIDAD DEL CANAL

Poco a poco regresamos a las actividades sociales y productivas de manera presencial, y el regreso a clases no es la excepción, ya que además de las escuelas de nivel básico, las instituciones que faltaban por hacerlo como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), han anunciado que su próximo ciclo escolar será de manera presencial.

Según la Secretaría de Educación Pública, para el ciclo escolar 2020-2021, el 69.1% de la población escolar en México se ubicó en la educación básica, que comprende la educación inicial (preescolar, primaria y secundaria). La educación media superior representó el 14% de la matrícula. La educación superior, con 4.03 millones de alumnos, abarcó el 11.3% de la matrícula total y los servicios de capacitación para el trabajo fueron el restante 5.6%. Estos datos nos muestran el panorama de oportunidad para proveer tecnología, esto sin contar al personal académico y la infraestructura administrativa de las escuelas.

Como todos sabemos, el 'back to school' es una de las temporadas más esperadas por la industria de TI, ya que además de activar la economía, se incre-

menta la venta de equipos y soluciones de TI, tanto para mejorar la infraestructura de las escuelas e instituciones, como en la venta de equipos y accesorios para los estudiantes.

Actualmente, tanto fabricantes como mayoristas están listos para afrontar las necesidades del canal para el regreso a clases, algunas marcas han lanzado sus nuevas líneas de productos principalmente de gamas media y alta, ya que son las que más demandan los usuarios.

Este regreso a clases será diferente por muchas razones, pero una de las principales es para recuperar el tiempo, las experiencias y el aprendizaje, del que se perdieron los estudiantes (jóvenes y niños) debido al confinamiento por la pandemia.

En esta edición, especialistas de canal de Acer, ASUS, Koblenz y CVA, hablaron del panorama de negocio y oportunidad para el canal de distribución entorno al 'back to school', dejando en claro que los servicios con base en la experiencia de los canales será el principal diferenciador y la propuesta de valor.

¡Excelente segundo semestre del año!

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 BACK TO SCHOOL LLENO DE
**OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS PARA LA
INDUSTRIA TIC**



MAYORISTAS

7 Incode fortalece el portafolio de **TEAM**

24 MI CUMPLE ESEMANAL

GUÍA DE COMPRA

25 ESCÁNERES de Producción

FABRICANTES

28 El nuevo programa de **HPE** Partner Ready Vantage apunta a las oportunidades para el modelo as a service

DESARROLLADORES

31 HITACHI Vantara LATAM Partner Summit 2022

33 TIBCO busca incrementar su ecosistema de socios en 50%



TEAM



EPSON



HPE

35 ¿Cómo evolucionar de la **PYME DIGITAL** a la PyME inteligente?

SEGURIDAD

37 El volumen total de ransomware de 2021 se duplicó en el del primer trimestre de 2022:
WATCHGUARD



HITACHI

COLUMNAS

39 El poder de las **TELECOMUNICACIONES** como impulsoras de la conectividad

*Por Hiram Monroy.



WATCHWARD

41 Así ha transformado **RHEL** nuestras vidas en los últimos 20 años

*Por Roberto Calva



RED HAT

43 Dando forma a los **NEGOCIOS** del futuro

*Por Omar Alejandro Aquino Bolaños.

45 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 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

Incode fortalece el portafolio de **CIBERSEGURIDAD** de **TEAM**

Autor: Raúl Ortega

• LA SOLUCIÓN DE INCODE PARA VERIFICACIÓN DE IDENTIDAD ES POSIBLE INTEGRARLA EN VERTICALES DE NEGOCIO COMO BANCA, ASEGURADORAS, EDUCACIÓN, GOBIERNO Y MÁS.

Team concretó su alianza con Incode, con la cual fortalece las soluciones de ciberseguridad que integran su portafolio, al tiempo que acerca herramientas a los canales para aprovechar las oportunidades que existen alrededor de la identificación y verificación de datos personales.

La alianza celebrada entre el mayorista y el desarrollador, traerá consigo nuevas oportunidades para los canales, al ampliar su oferta para los temas de ciberseguridad, ya que Incode, además de focalizarse en herramientas de identificación, verificación y autenticación de identidad, lo hace en un tiempo en el que a causa del confinamiento, las personas y empresas requieren de la continuidad de los negocios, pero reduciendo la exposición de contacto al mínimo. Al respecto, Ricardo Amper, CEO y fundador de Incode Technologies, comentó: “El mundo de la identidad digital está explotando. Esta industria (verificación de identidad) pasó de valer entre 3 y 4 millones de dólares a 60 millones de dólares. La importancia de la alianza con Team es, entre otras cosas, un impulso en la capilaridad para transformar una industria primitiva (basada en un papel físico)”.



RICARDO AMPER



“NOS SENTIMOS MUY ENTUSIASMADOS POR ESTE LANZAMIENTO, YA QUE ESTÁ ALINEADA A TENDENCIAS RELACIONADAS CON CLOUD Y CIBERSEGURIDAD; LA SOLUCIÓN DE VERIFICACIÓN DE IDENTIDAD Y AUTENTIFICACIÓN (BIOMETRÍA), SE ADAPTA MUY BIEN ESTE TIPO DE PORTAFOLIO A TEAM, ADEMÁS COMPAGINA CON DIVERSAS INDUSTRIAS COMO:

MIGUEL RUIZ

BANCA, ASEGURADORAS, CUIDADO DE LA SALUD, EDUCACIÓN Y MÁS”: MIGUEL RUIZ, CEO TEAM

Las oportunidades para los canales son múltiples con la solución Incode que Team ofrece, puesto que la identidad es la puerta de entrada para la actividad económica (apertura de cuenta bancaria) y otros aspectos (acceso a un edificio, pagar, etcétera). “Somos una de las empresas líderes a nivel global y nacimos hacia el consumidor final, por lo que la solución está pensada en ser muy sencilla, lo más segura, rápida y amigable, adicionalmente, es una plataforma omni, ya que puede estar basada de manera nativa o web; la capacidad de



DIEGO CREEL

integración es muy alta y sencilla ya que tenemos SDK’s, APIs, On y Off Premise, y finalmente, es una solución que está centrada en la privacidad, además de tener la capacidad de procesar on the edge”: Diego Creel, Director General de Incode en México. Finalmente, el mayorista refirió que continúan evolucionando la forma en cómo ofrecen tecnología al mercado, a través de los teammates, ya que el uso extendido de las tecnologías requiere de herramientas para autenticación de identidades.

“EN LA ACTUALIDAD, CON LA DEMANDA QUE ESTÁ SURGIENDO A TRAVÉS DEL MERCADO, REQUERIMOS ATENDERLA ADECUADAMENTE CON NUESTRO ECOSISTEMA DE PARTNERS, ADEMÁS, AUMENTAN LOS CANALES Y USUARIOS QUE BUSCAN UNA OMNICANALIDAD PARA AUTENTIFICACIÓN Y VERIFICACIÓN DE DATOS PERSONALES EN DIFERENTES CAPAS (IMAGEN, FIRMAS, PRUEBAS DE VIDA Y MÁS), CRUZANDO DIFERENTES TIPOS DE INFORMACIÓN CON CÓDIGOS QR, OCR, TODO ELLO CON LA FINALIDAD DE TENER CADA VEZ MÁS FILTROS QUE PERMITAN VALIDAR LA AUTENTICIDAD DE LA IDENTIDAD”: LEONEL GÓMEZ, JEFE DE UNIDAD DE NEGOCIOS Y MARKETING EN TEAM.



LEONEL GÓMEZ

Por último, Team se dijo comprometido con el canal y ayudarlos en el proceso del ciclo de venta, con acompañamientos, asesoría técnica y comercial, por lo que los canales interesados en comercializar dicha solución, es necesario que se acerquen con el mayorista.



eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES



- Estrategías comerciales
- Soluciones de comunicación
- Oportunidades de negocio

www.esemanal.mx ventas@esemanal.mx

BACK TO SCHOOL

lleno de oportunidades y desafíos para la industria TIC

• GUERRA DE PRECIO, MÚLTIPLES JUGADORES, DESABASTO, INFLACIÓN Y LA EXPECTATIVA DE UN MENOR CRECIMIENTO EN EL PIB, SON ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES RETOS QUE AMENAZAN EL NEGOCIO DEL CANAL.

Redacción **eSemanal**





Una de las temporadas más fuertes del año para la Industria de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) está por comenzar; aunque las oportunidades serán abundantes para toda la cadena de valor, también se vislumbran diferentes retos que podrían mermar los negocios.

Luego de un periodo como Q2, el cual tradicionalmente se caracteriza por la contracción de algunos mercados, y que en este 2022 logró un repunte a partir de actividades como el “Hot sale”, las expectativas para el Back to School son más que favorables, y se espera sigan creciendo los servicios administrados, la impresión, la señalización digital y las redes, así como la renovación del equipo de cómputo.

Actualmente, las instituciones educativas, tanto públicas como privadas, tienen múltiples necesidades tecnológicas que buscan cubrir, para brindar a los estudiantes el mejor servicio de forma presencial, semipresencial o en línea.

“La expectativa se ha elevado derivado del regreso a clases presenciales y esa acción ha fijado los ojos de todo el mercado en tan importante temporalidad; la industria TI no es la excepción, ya que se presenta una excelente oportunidad para ofertar un portafolio muy amplio de productos, así como mostrar las novedades e innovación de algunas marcas. Si bien existe cierto optimismo, tenemos que entender el entorno económico por el que está atravesando México, el cual incluye temas de inflación, tasas de interés elevadas y cierta contracción en el mercado, ante estos factores es muy posible que nos encontremos ante un mercado cauteloso y selectivo que muestre un comportamiento más definido y menos impulsivo”: Zeferino Pérez, Director de Ventas en Grupo CVA.



ZEFERINO PÉREZ

En esta
temporada de

Back to School

EQUÍPATE CON VERBATIM



Tu Información en la
palma de tu mano
Además con protección microban



Ambienta tu espacio
de estudio con
nuestra línea
de audio



Javier Lugo

javier.lugo@verbatim.com.mx

Nestor Ayon

nestor-ayon@verbatim.com.mx

Carlos Valdez

carlos-valdez@verbatim.com.mx



Verbatim Latino



Verbatim Mexico

verbatim-latinoamerica.com

Por su parte, Gabriel Lejtik, Director de Marcas en Grupo CVA, afirmó: “El sector educativo, a pesar de que muy afectado por la situación global de pandemia, no dejó de funcionar. Es una vertical de negocio que se ha tenido que adaptar a los diferentes retos que hemos vivido los últimos dos años, pero que a diferencia de muchos otros sectores, nunca se detuvo. Eso indica que no ha dejado de tener ingresos, pero que durante el periodo de cuarentena debió adaptarse y reenfocar sus inversiones a un nuevo modelo educativo”.

“Las oportunidades siguen existiendo, sin duda el mercado tendrá un repunte, aunque al lograr estabilizar la situación global de salud es muy probable que los números sean muy similares a los del 2021 o que el crecimiento sea discreto. Esta estacionalidad permite impulsar productos de todo tipo y gama de precios, tanto para las escuelas como para los estudiantes”: Gabriel Lejtik.



GABRIEL LEJTIK

De acuerdo con Víctor Sánchez, Sales Manager para Asus México, los requerimientos de las escuelas se centran en la renovación, van desde la infraestructura en redes, en especial para tener una conexión a internet más robusta y segura, mejorar sus servidores o centros de datos y su segmento de Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés). Además, la actualización de equipos de cómputo, como computadoras, monitores, tabletas, pantallas, pizarras inteligentes, videoproyectores, consumibles, multifuncionales, accesorios, entre otros, también resulta indispensable para tener un nivel de procesamiento tanto lógico como de video.

Contar con equipos que presenten características que se adapten a las nuevas necesidades y conectividad Wi-Fi 6 es una ventaja al momento de asegurar una mejor conectividad a internet, mayor velocidad y confianza; para muchas marcas, esta característica ya es un estándar.

Debido al contexto actual en el que la ciberseguridad es un aspecto crítico para todos los negocios, las instituciones educativas no están exentas de ese riesgo y por ello deben contar con una estrategia que involucre soluciones como routers, antivirus, un sistema CRM, por mencionar algunas.



BACK TO SCHOOL

DEL 11 AL 22 JULIO

VENTA ESPECIAL

DEL 11 AL 22 DE JULIO

- ☆ PROMOCIONES
- ☆ DESCUENTOS ESPECIALES
- ☆ Y MUCHO MÁS

Ingresa a lealtad.grupocva.com
y canjea tus puntos por tu premio favorito.

Date de alta en www.grupocva.com



Lealtad
CV
programa de recompensas



Los estudiantes, por su parte, también tienen grandes necesidades tecnológicas para estudiar en la escuela y desde sus hogares. Por ejemplo, ya que ha aumentado el número de dispositivos electrónicos que se conectan a una red doméstica, ésta puede enfrentar problemas para garantizar conectividad y rapidez, por lo cual, los usuarios buscan contratar un servicio más robusto.

Otros requerimientos son monitores, ya que muchos estudiantes buscan utilizar más de uno en sus hogares, equipo de cómputo con mayor potencia y características robustas, antivirus y equipos para el respaldo energético como UPSs o PDUs.

Víctor Sánchez mencionó que no sólo por el regreso a clases se espera una temporada próspera, sino también por los periodos de consumo que tienen los usuarios para el trabajo híbrido. El directivo explicó que en la gama de entrada ha empezado a contraerse el segmento de muy barato, en especial en el mercado de periféricos y fuentes de poder.

En el caso de Asus, ha podido crecer su nivel de facturación en líneas de mini PC, y en la demanda por proyectos de reapertura en la nueva normalidad, así como en redes, ya que el Wi-Fi 6 es un segmento que ha tenido un gran crecimiento en los últimos meses.

“Se espera que con este nuevo back to school se reactiven las compras de equipos de energía de las instituciones de educación, las cuales cambiaron sus hábitos de compra por completo durante toda la pandemia, lo cual afectó a todo el mercado, mermando tanto en PyMES como en empresas bien establecidas. Al encontrarse en formato presencial, los alumnos y docentes necesitarán respaldar su información, además que el back to school coincidirá con la temporada de lluvias, lo que aumentará la demanda de equipos de respaldo de energía y de protección de equipos electrónicos”: Luis Antonio Niño, Ingeniero de Aplicaciones UPS en Koblenz.



LUIS ANTONIO NIÑO





2 EN 1



LAPTOP



BACK TO SCHOOL

TECNOLOGÍA AL ALCANCE DE TODOS



CRECE TU NEGOCIO CON LOS EQUIPOS PORTÁTILES 2 EN 1 SHIFT PRO Y ONLY DUE PRO Y PORTÁTILES LIBERO

Consíguelos en tu sucursal CVA

ARTURO MONTALVO
amontalvo@grupocva.com
Celular : 33 2183 4421



SAÚL SANCHEZ
sauls@grupocva.com
Celular : 33 1093 5208

Oferta disponible para el mercado

Acer: la oferta principal del fabricante está enfocada en procesadores de última generación que van desde Core i3 y Core i5 con almacenamiento SSD / HDD, así como propuestas más robustas en Ci7 y gaming con tarjetas de video de 2ª y 3ª generación. Equipos que cuentan con tecnología WiFi 6 que permite aprovechar el potencial completo del equipo en torno a velocidad de navegación, carga y descarga.

Asus: equipos que integran tecnología Wi-Fi 6, como laptops, monitores, desktops, tarjetas madre, componentes, redes, IoT, servidores, accesorios.

Grupo CVA: el mayorista, en conjunto con las marcas, ha renovado el catálogo de servicios y productos que tiene, incluyendo los de alto valor dentro de las bandas de precio aceptables. Más 130 marcas y más de 8,000 productos conforman su oferta y servicios logísticos.

Koblenz: En el caso de reguladores de voltaje, se ofertará el RS 1410, ya que al ser un producto de entrada y de un precio sumamente accesible, se podrá incluir uno por cada 3 o 4 alumnos considerando que estos usen sus aparatos electrónicos con cargadores convencionales. En cuanto a no breaks, se ofertarán 5516 y 7516, dos equipos que recientemente salieron al mercado y que por sus características ayudarán a conectar grupos pequeños de trabajo sin ningún problema y se podrá respaldar su información.





*Incluye Asus Stylus

ASUS Chromebook Flip CR1100F

Un compañero de estudio muy resistente



Durabilidad
de grado
militar



Teclado
resistente a
salpicaduras



Protección
antibacteriana



Fácil de
mantener y
administrar

Registra tus proyectos en: proyectosmx@asus.com



Yajairo Ramirez
T.33 2255 5162
yajairor@grupocva.com



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



Sara Ángel
T.55 1320 6109
sara.angel@ingrammicro.com



Brandon Soto
T.33 1411 2241
brandon.soto@gvadeto.com



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

Guerra de precio en línea baja de cómputo amenaza negocio del canal

Moisés Díaz, Gerente de Canal en Acer México, explicó que cuentan con altas expectativas respecto a una demanda importante en líneas medias y altas de procesadores y desempeño, así como en líneas comerciales y de gaming con diferenciadores que aporten una experiencia distinta a los nuevos usuarios.

No obstante, el directivo advirtió que el país atraviesa por una situación de sobreoferta en líneas bajas de cómputo, lo que provoca una guerra de precios nunca antes vista. “Esto, aunque a primera vista puede parecer un beneficio en cuestión de precios bajos, también tiene un lado de sacrificio en calidad y desempeño, y es ahí en donde Acer está preparado para hacer frente a la demanda de equipos con prestaciones y procesadores más completos”, explicó.

Ante ello, el principal reto será saber analizar la relación precio-calidad de manera adecuada, para no tender hacia los extremos de la oferta y realizar ventas mal balanceadas que dañen el ecosistema completo del cómputo a mediano y largo plazo.

“El canal de distribución es el responsable de identificar las necesidades reales de los usuarios para poder ofrecer el producto que satisfaga estas necesidades de manera óptima y en una venta de escala, considerando todo el ecosistema de accesorios y dispositivos educativos alrededor del equipo de cómputo. Para lograrlo, el canal debe mantenerse informado sobre las líneas en donde los márgenes son sanos, la oferta es competitiva y los diferenciadores permiten ventas de escala, estas serán las claves en este back to school”, resaltó.



MOISÉS DÍAZ



Más retos...

“El entorno económico de México se torna complejo este 2022, ya que se espera un menor crecimiento del PIB por ajustes en las políticas de gastos del país, por lo que dado el entorno macro actual, aunado a una menor inversión del sector público en tecnología, el efecto para los mercados TIC podría derivar en una desaceleración en el segmento organizacional, particularmente en las áreas relacionadas a proyectos de hardware y software en el sector público federal, por ello se tendrá que enfocar en la búsqueda de más mercados”, expuso Hugo Morales, Director de Canal de Energía en Koblenz.



HUGO MORALES

El directivo dijo que para sobrellevar dichas complicaciones, el canal, quien funge uno de los papeles más importantes para llevar el producto al cliente final, debe enfocarse en dar seguimiento a los distribuidores e integradores y abrirse camino con las PyMEs, es fundamental para tener éxito en este 2022. “Así como acercarse a marcas como Koblenz, donde estamos dando ayudas y soporte con nuestros mayoristas para que puedan tener los mejores productos de energía al mejor precio”, aseguró.

En tanto, Zeferino Pérez expresó que los fabricantes y desarrolladores deberán mantener un line up atractivo para el mercado, buscar el abasto continuo principalmente hacia el mayorista, así como coadyuvar con estrategias de sell out específicas, mientras que los mayoristas deberán ampliar su oferta de valor, ofrecer opciones de financiamiento, crear un forecast, ya que será indispensable para mantener la precisión en las ventas y que la improvisación no se vuelva el invitado inesperado.

El directivo de CVA agregó que el canal tendrá una oportunidad altamente valiosa para demostrar sus diferenciadores al poder asesorar a sus clientes y generar acompañamiento en las soluciones que oferten, así como resaltar la importancia de contar con un integrador o asesor de tecnología, ya que no sólo se trata de adquirir el hardware, sino de implementarlo, todo esto con la capacidad y experiencia con la que cuentan los distribuidores.

“Las recomendaciones para el canal son hacer una buena planeación con el ánimo de estar preparados no sólo para este Back to School, sino para las diferentes temporalidades, contar con el inventario ya que de esta manera tendrán el precio más competitivo además de asegurar su producto, la capacitación también es un elemento clave para asesorar correctamente a sus clientes y adicionaría a la ecuación la diversificación pero





Manténte Cerca



SÍGUENOS EN
revista_esemanal

www.esemanal.mx



con enfoque. En CVA contamos con todas las herramientas para hacer crecer el negocio de nuestros distribuidores, los invitamos a que se acerquen con nosotros y que conozcan todos los apoyos que ponemos a su disposición y las promociones de la temporada”, concluyó.

Por su parte, Víctor Sánchez comentó: “hoy más que nunca somos muchas marcas en el mercado, en este último periodo hemos visto cómo han aparecido una gran cantidad de fabricantes, y ante esta gran oferta, una de las mayores inconsistencias que ha tenido el canal es el suministro, y basta con ver las líneas de producto en clientes particulares: aparecen muchos jugadores y cada solución se integra por diferentes proveedores, lo que significa diferentes políticas de garantía y diferentes centros de soporte, un hecho que se complica al tener presente que muchos fabricantes van a seguir teniendo problemas de desabasto en esta temporada.



VÍCTOR SÁNCHEZ

“Ante ese escenario, el canal debe buscar a los fabricantes que tengan disponibilidad de productos y puedan ofrecer todos los componentes de una solución. Por ejemplo en Asus somos una marca que puede ofrecer al ecosistema todas las líneas de producto, tenemos distintos programas para acelerar la demanda de nuestros distribuidores y plataformas para apoyarlos, buscamos seguir siendo una marca fácil de vender y tenemos otras ventajas competitivas”.

Sánchez agregó que muchas tiendas que en el pasado sólo se dedicaban a revender productos y que nunca buscaron especializarse han ido desapareciendo, mientras que otras buscaron adquirir conocimientos, se convirtieron en consultores tecnológicos y ahora venden soluciones y servicios, aspecto en el que resulta benéfico tener alianzas con fabricantes, desarrolladores y mayoristas.

“La invitación a los resellers es que si quieren empezar un negocio, busquen un brazo extendido que no sólo les ofrezca precio, sino también soporte, mercadotecnia, capacitaciones, certificaciones, entrenamiento en los productos, y que estos vayan más allá de las necesidades de los usuarios”, enfatizó el directivo.

Aunque el panorama se vislumbra desafiante para la temporada del regreso a clases en México, los especialistas consultados por eSemanal coinciden en que el canal de distribución y el resto de la Industria TIC podrán encontrar éxito en sus negocios si se preparan y atienden sus recomendaciones.





FELICITA

LUNES 4 JULIO

CARLOS HUERTA ÁNGEL, DIRECTOR COMERCIAL EN **CONECTORAMA**
JORGE HUMBERTO ZERMEÑO GUTIÉRREZ, DIRECTOR GENERAL DE **DICOTECH**
GRUPO ABSA POR SU **28 ANIVERSARIO**
REDES Y SISTEMAS INTEGRADOS DE OCCIDENTE POR SU **5° ANIVERSARIO**

MARTES 5 JULIO

CARLOS DÍAZ, DIRECTOR GENERAL DE **SMARTBITT**

MIÉRCOLES 6 JULIO

JORGE TSUCHILLA, DIRECTOR MÉXICO DE **NETSCOUT**
LAURA ELENA DELGADO MUNGUÍA, ANALISTA DE MARKETING EN **TD SYNnex**

JUEVES 7 JULIO

JUAN MANUEL ESPINOZA, GERENTE DE VENTAS LATAM EN **SYNOLOGY**
LUIS FÉREZ KURI, SVP, GLOBAL GROUP PRESIDENT, LATIN AMERICA DE **INGRAM MICRO**

VIERNES 8 JULIO

JUAN MANUEL RODRÍGUEZ PADILLA, GERENTE EN **SHARP OCOTLÁN**
ACCECO POR SU **35 ANIVERSARIO**

SÁBADO 9 JULIO

FRANCISCO JAVIER CASTORENA JARA, GERENTE GENERAL DE **INSO TELECOMUNICACIONES**
RAÚL DE LA VEGA, MÉXICO SALES DIRECTOR EN **H3C**
ULISES SUMARAN HUERTA, DIRECTOR DE VENTAS EN **INGRAM MICRO**
POWER & TEL POR SU **23 ANIVERSARIO**

DOMINGO 10 JULIO

JOSÉ ROBERTO PADILLA MEDINA, TEAM LEADER OEM EN **GRUPO CVA**

JULIO 2022

GUÍA DE COMPRA

Escáneres de Producción

LOS ESCÁNERES DE PRODUCCIÓN SON PARTE DE LAS HERRAMIENTAS FUNDAMENTALES PARA LAS EMPRESAS, YA QUE PRINCIPALMENTE LES PERMITE DIGITALIZAR DOCUMENTOS, AUNQUE ADEMÁS DE SU TAREA PRIMARIA, LAS ORGANIZACIONES PRIORIZAN OTRAS CARACTERÍSTICAS COMO: VELOCIDAD, RENDIMIENTO, CALIDAD DE LA IMAGEN, ADAPTABILIDAD CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y MÁS, TODO ELLO, PARA HACER UNA CORRECTA ELECCIÓN QUE SUPERE SUS EXPECTATIVAS.

Autor: **Raúl Ortega**

Epson

DS-32000

Características: Escáner de documentos A3 que facilita la realización de cualquier proyecto. Ofrece velocidades de hasta 90 ppm y 180 ipm, configuraciones verticales y horizontales, un ciclo de trabajo de hasta 40,000 páginas al día, alimentador automático de documentos de 120 hojas, y escaneo a doble cara.

Garantía: Un año.



Epson

WorkForce DS-70000

Características: Destinado a profesionales y grupos de trabajo, este escáner de cama plana A3 ofrece velocidades de hasta 140 ipm (70ppm) y escanea documentos hasta 29.7cm x 43.1cm de dos caras en una sola pasada, así como dibujos o mapas, libros de tapa dura y más. Ofrece una resolución de escaneo de 600 dpi, y genera imágenes de documentos en colores vivos.

Garantía: Limitada a un año.





**SÍGUENOS EN
FACEBOOK**

GUÍA DE COMPRA

Kodak Alaris

i4850

Características: Velocidades de producción: 160 ppm/320 ipm; capacidad del alimentador de hasta 500 hojas de papel de 80 g/m² (20 lb); conectividad certificación USB 3.2 Gen. 1x1.

Garantía: Consultar directamente con distribuidores autorizado.



Kodak Alaris

S3140MAX

Características: Velocidades de producción: 140 ppm/280 ipm; capacidad del alimentador de hasta 500 hojas de papel de 80 g/m² (20 lb); conectividad ETHERNET 10/100/1000 y compatible con USB 3.2 Gen. 1x1.

Garantía: Consultar directamente con distribuidores autorizado.



EL NUEVO PROGRAMA DE **HPE PARTNER READY** VANTAGE APUNTA A OPORTUNIDADES PARA EL MODELO AS A SERVICE

Autor: Raúl Ortega

• **ADAPTARSE, DESARROLLAR Y ACELERAR LOS RESULTADOS DE NEGOCIO, ALGUNOS DE LAS FINALIDADES DEL PARTNER READY VANTAGE**

Los servicios bajo demanda (como servicio) cada vez crecen más, debido a su flexibilidad y escalabilidad, sin embargo, existen canales que aún no cuentan con suficiente conocimiento para comercializar y desarrollar un modelo de negocio basado en el as-a-service, por lo que HPE lanzó su programa Partner Ready Vantage que impulsará las oportunidades de crecimiento para este mercado. El nuevo programa Partner Ready Vantage del fabricante, tiene el propósito de maximizar las oportunidades de sus socios de negocio en los modelos como

servicio, derivado de la fuerte tendencia que existe en la adopción de dichos modelos, con lo cual no sólo impulsa a los partners que ya tienen cierta experiencia, sino más importante, busca que otros canales con menor conocimiento se transformen y aprovechen las oportunidades alrededor de este mercado. "Creo que es fundamental entender que todo el mundo está adaptándose y creciendo a un ritmo diferente, por lo que continuaremos realizando inversiones significativas en recursos y herramientas para satisfacer las necesidades del socio de hoy y del mañana, por

supuesto, apoyando todos los modelos comerciales en la creación de un marco que sea acogedor para todos”: aseguró George Hope, WW Head of Partner Sales, HPE.



GEORGE HOPE

“ES UN NUEVO PROGRAMA, DONDE UN SOCIO PUEDE AMPLIAR SUS CAPACIDADES MÁS ALLÁ DEL HPE PARTNER READY DE MANERA TRANSPARENTE A MEDIDA QUE AVANZA MÁS Y MÁS HACIA SERVICIOS EN LA NUBE Y DESARROLLA SUS CAPACIDADES PARA IMPULSAR EL CRECIMIENTO GENERAL DEL NEGOCIO. EL HP PARTNER READY VANTAGE ESTÁ DISEÑADO DESDE CERO Y ES PARA QUE NUESTROS SOCIOS IMPULSEN EL CRECIMIENTO MUTUO AL HABILITAR Y RECONOCER SUS CAPACIDADES Y RESPALDAR SU DESARROLLO COMERCIAL GENERAL COMO SERVICIO”: GEORGE HOPE.

Así bien, HPE indicó que para lograr mejores oportunidades para los socios, generarles rentabilidad y afianzar sus relaciones a largo plazo con los clientes finales, dispuso de algunas mejoras como activar nuevos flujos de ingresos tras elegir cómo brindar servicios, ya sea de forma física, en la nube o de manera híbrida; en segundo lugar unificaron los portafolios de HPE y Aruba con los cuales es más sencillo ofrecer las soluciones, y finalmente, el proceso de as-a-service que, los impulsa independientemente de su experiencia.



JESSE CHÁVEZ

“TODA VEZ QUE NUESTROS SOCIOS DESEMPEÑAN MUCHOS PAPELES Y QUIEREN SER RECONOCIDOS POR SUS DIVERSAS ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN, HPE PARTNER READY VANTAGE OFRECE UN ENFOQUE COMPLETO 360° QUE ABARCA TODOS LOS MODELOS DE NEGOCIO AL TIEMPO QUE NUTRE, PROMUEVE Y ELEVA A LOS SOCIOS SEGÚN SUS CAPACIDADES Y NIVEL DE ESPECIALIZACIÓN”: JESSE CHÁVEZ, WW VP PARTNER PROGRAMS & OPERATIONS, HPE.

Asimismo, el programa descansa en tres ejes principales que son: el desarrollo, la venta y el servicio, al respecto Beth Jensen, WW Channel Partner Programs, Aruba, explicó: “El programa tiene tres vías: construir, vender y servicio, y debajo de cada una están los requisitos y beneficios, así, la vía de construcción está diseñada para socios para que puedan integrarse con la tecnología, pueden construir sus propias aplicaciones o aprovechar cualquier tipo de soluciones empaquetadas previamente probadas de HPE o de nuestros socios tecnológicos. Dentro de la vía de venta, fue diseñada para que apoyemos a los socios y revendamos nuestra cartera como servicio, ayudándolos a través de herramientas y capacitación para impulsar y hacer crecer su flujo de ingresos recurrentes con HPE. Y finalmente, la vía de servicio, que está diseñada específicamente para los socios enfocados en brindar sus servicios, con las opciones para que desarrollen la experiencia en áreas específicas de servicios administrados, para el éxito del cliente y servicios profesionales”.



BETH JENSEN

LOS TRES PILARES DEL NUEVO PROGRAMA HPE PARTNER READY VANTAGE:

Ruta de desarrollo: Está diseñada para que los socios se integren con la tecnología HPE, hagan uso de soluciones pre-empaquetadas de HPE y de los socios tecnológicos HPE. Los socios también pueden desarrollar sus propias aplicaciones mediante el uso de plataformas abiertas de HPE para brindar las soluciones que cubran las necesidades de sus clientes.

Ruta de venta: Está diseñada para ayudar a los socios hacer crecer su negocio ‘como servicio’ al ofrecer soluciones de valor agregado del portafolio HPE.

Ruta de servicio: Está diseñada específicamente para los socios que buscan brindar servicios en el ciclo vital del cliente, incluyendo: consultoría, evaluación, diseño, integración, despliegue, migración, soporte y gestión.

SÍGUENOS EN
+ TWITTER

@eSemanal



HITACHI VANTARA

LATAM PARTNER SUMMIT 2022

EL EVENTO PERMITIÓ QUE LOS SOCIOS DE LA MARCA EN LA REGIÓN PROYECTARAN LAS SOLUCIONES DE NEGOCIOS QUE AYUDARÁN A LAS EMPRESAS A GANAR MÁS ROBUSTEZ TECNOLÓGICA.

Redacción **eSemanal**



La compañía realizó su LATAM Partner Summit 2022 en el que presentó sus novedades para 2022 en la región, en cuanto a Go to Market. También se compartieron los principales resultados del ejercicio fiscal 2021, como que la facturación de Hitachi Vantara registró un crecimiento de 50% en comparación al año anterior, lo que significó para la compañía volver a los niveles de beneficios pre pandemia.

La cita, que contó con el auspicio de aliados estratégicos como Commvault Partner Advantage, Brocade y TD SYNEX, reunió a los socios comerciales de Hitachi Vantara, provenientes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Honduras, México, Paraguay y Perú; quienes conocieron las novedades y abordaron las estrategias para el futuro de los negocios de la marca con sus partners en la región.

Daniel Scarafia, Director Regional de Hitachi Vantara Latinoamérica, señaló: “Para nuestra compañía es

fundamental mantener los vínculos con quienes nos ayudan a llegar cada vez más lejos. Luego de dos años en que no pudimos encontrarnos presencialmente y reforzar los lazos con los canales, finalmente pudimos reunirnos y reafirmar el compromiso de la marca con todos nuestros aliados”.

Durante el evento Hitachi Vantara premió a sus partners en las siguientes categorías:

SOLA (South of Latin America):

- Mejor Performance 2021: Avanzit
- Mejor Performance Comercial 2021: StorageData

NOLA (North of Latin America):

- Mejor Performance 2021: Sonitel (C&W)
- Mejor Performance Comercial 2021: Grupo CESA

Brasil:

- Mejor Performance 2021: StorageOne
- Mejor Performance Comercial 2021: Drive A
- LATAM Mayorista del Año 2021: TD Synnex

“Nuestro core está centrado en desarrollar, impulsar y potenciar los modelos de negocios empresariales basados en datos digitales. Para ello, la compañía se enfoca en I+D (Investigación y Desarrollo) de tecnologías, tales como: Software de Inteligencia Artificial Empresarial, Almacenamiento y Procesamiento de Datos Digitales, Infraestructura Digital y Automatización Industrial”, comentó Daniel Scarafia.

Según la marca, en estos segmentos de negocios, durante 2021 y 2022 la compañía ha realizado diversos lanzamientos de nuevas tecnologías relacionadas al procesamiento de datos, dando un salto importante en su línea High End, lo que ayuda a los clientes de la compañía a alcanzar una mayor performance, capacidad y disponibilidad, algo que también se reflejó en los positivos resultados alcanzados.

“La principal ventaja de nuestra compañía es la coherencia durante más de 20 años de actuación en el mercado de tecnologías corporativas. Los portafolios cambiaron, las tecnologías cambiaron, pero nosotros hemos mantenido el foco en el manejo de la información para las compañías enterprise. Estamos desarrollando soluciones que ayuden a nuestros clientes en su camino hacia el futuro, y al mismo tiempo nos enfocamos en atenderlos en sus necesidades presentes”: Daniel Scarafia.



TIBCO

BUSCA INCREMENTAR SU ECOSISTEMA DE SOCIOS EN 50%

Autor: **Raúl Ortega**

• **EL TIBCO ANALYTICS FORUM (TAF) TUVO COMO EJE PRINCIPAL EL ANÁLISIS DE DATOS, EL TIEMPO Y EL ESPACIO, CON ALREDEDOR DE 2 MIL ASISTENTES**

• **TIBCO NOW SE CENTRARÁ EN LA CONECTIVIDAD, LA NUBE Y LA HIPERCONVERGENCIA**

La marca aseguró que los próximos 12 meses planea incrementar su ecosistema de canales en un 50%, dichos partners los buscará en Latinoamérica, incluyendo México; al respecto de su último evento TAF, la marca dijo haber sido enriquecedor para los asistentes, por lo que esperarían contar con alrededor de 2 mil 400 invitados en su próximo evento Tibco Now.

En el marco del Tibco Analytics Forum (TAF) 2022: Análisis en tiempo y espacio, que se celebró del 13 al 15 de junio pasado, la compañía recordó que estuvo enfocado a los datos y la analítica, con la intención de poder tener la información disponible de una forma segura y así tomar decisiones en tiempo real. “El evento se enfocó en la unificación y datos, y el tema de este año fue la analítica en tiempo y espacio, ya que los datos se encuentran en todas partes, en todos los negocios, especialmente los digitales, y a través de esto permite que los datos fluyan, se muevan en tiempo y en espacio, lo que resulta fundamental para que las empresas, las personas y ejecutivos tomen las decisiones correctas en el momento y lugar correcto”: explicó Jorge López, Vicepresidente de Ventas para América Latina de Tibco.

“El tiempo y el espacio son dimensiones muy importantes para la información, ya que en el tiempo es donde se aprovecha la ventaja competitiva que tienes de utilizar la información anticipadamente y en tiempo real, ese fue el objetivo de este evento; además, en esta ocasión hubo alrededor de 3 mil 500 registrados fueron casi 2 mil asistentes y Latinoamérica tuvo una participación de un 10%, entre clientes y asociados”: Jorge López.



Por otra parte, durante el evento se realizó un Hackathon, en el cual se buscó la sana competencia entre empresas y profesionales especializados en áreas de datos, para desarrollar e innovar (generación y eficiencia) en temas de energía limpia; aunado a esto, el vicepresidente compartió que al participar en el evento, los asistentes pudieron aportar y llevarse ideas, ya que los temas se enriquecieron gracias a los especialistas, analistas de negocio, científicos de datos y desarrolladores que se dieron cita.

Al compartir casos de uso de la analítica de datos, los participantes del Tibco Analytics Forum, pudieron aterrizar de una forma más tangible, la aplicación y alcances de la misma, colocando en la palestra el caso de Petrobras (Oil & Gas), así lo puntualizó Jorge López: “Uno de las grandes referencias que tenemos en Latinoamérica (Brasil) es Petrobras, los cuales usan analítica de datos de forma predictiva en la exploración de pozos petroleros; hubo mucho intercambio de información, contactos y relaciones que son de gran valor en términos generales de tecnología, pero también en temas específicos de negocio know-how, casos de éxito y casos de uso”.

Canales y el Tibco Now

Adicionalmente al evento TAF, la empresa manifestó que ya tiene en puerta (20 al 22 de septiembre), su evento Tibco Now, donde los temas centrales estarán enfocados en la conectividad, la nube y cómo la marca ayuda a las empresas a moverse de una forma eficiente y rápida hacia la nube, sumado a lo anterior, dijo que un elemento más que se hará presente será la hiperconvergencia de datos.

Al respecto de los canales, el directivo se dijo entusiasmado ya que el evento (Tibco Now) también está enfocado a los asociados y partners con conocimientos específicos en temas de servicio y de verticales de negocio, para el cual esperan un aforo aproximado de 2 mil 400 participantes.

“Estamos buscando tener un crecimiento de, aproximadamente, un 50% en la participación de asociados y reclutamiento de canales, no sólo en México y en Brasil, sino en el resto de Latinoamérica, ya que los canales son quienes traen a la mesa el servicio especializado, implementación, aplicativos que ellos desarrollan específicamente, y que es un factor muy importante, ya ahí es donde Tibco, especialmente en Latinoamérica, estamos volcándonos a trabajar mucho más con esos canales, en tema de implementación, revendedores y estamos fortaleciendo la relaciones con los proveedores de nube”: concluyó Jorge López.

¿CÓMO EVOLUCIONAR DE LA PYME DIGITAL A LA PYME INTELIGENTE?

• **7 DE CADA 10 PYMES EN EL PAÍS RECONOCEN QUE LA TECNOLOGÍA ES MUY IMPORTANTE PARA IMPLEMENTAR CUALQUIER MODELO DE TRABAJO.**

Redacción **eSemanal**

De acuerdo con una encuesta realizada por Microsoft, 42% de las PyMEs mexicanas se vieron en la necesidad de reinventar su operación mediante el uso de tecnología para poder mantener la continuidad de negocio.

Tras este proceso de reacción, gran parte de las organizaciones se han centrado en digitalizarse como una estrategia de resiliencia y recuperación, por lo que en el último año 36% de las compañías han invertido en la adopción de soluciones y servicios tecnológicos, según cifras del Índice de Tendencias Laborales de Microsoft.

En un comunicado, Microsoft menciona que con una acelerada transformación digital, como respuesta a la emergencia sanitaria, las PyMEs mexicanas cuentan con capacidades de flexibilidad y agilidad que les permiten competir de forma más eficiente en el mercado, pese a esto, pueden crecer aún más sus oportunidades apalancando los ecosistemas de nube y el capital de datos a su alrededor para construir inteligencia de negocio, siguiendo un esquema de cinco pasos para lograrlo:

1. Diagnóstico: Conocer su nivel de madurez tecnológica y recibir asesoría puntual del tipo de soluciones que requieren para lograr recuperarse y crecer, pueden encontrar una herramienta que les ayudará a evaluar su adopción digital aquí.

2. Especializar: Emplear herramientas de capacitación y formación de talento profesionalizado en el uso de herramientas digitales.

3. Implementación: Selección, configuración y puesta en marcha de soluciones y servicios que optimicen las labores de la compañía.

4. Recopilación y procesamiento de datos: A través del método de extracción, transformación y carga, las soluciones de BI concentran y estructuran la información disponible para transformarla en modelos de patrones y tendencias que proporcionen información sobre el estado actual de la empresa.



5. Automatización y accionables: Los informes de inteligencia empresarial utilizan visualizaciones de datos para facilitar la comprensión y la difusión de las conclusiones, lo que permite a los líderes de negocio realizar ajustes en tiempo real y cambios estratégicos a largo plazo que eliminan las ineficiencias, se adaptan a los cambios del mercado, corrigen problemas de suministro y resuelven los problemas de los clientes.

Si bien en los últimos dos años gran parte de la integración de nuevas tecnologías en el ecosistema empresarial se ha centrada en la adquisición de dispositivos y software de productividad, es cada vez mayor el capital destinado a cómputo en la nube, reportando que 53% de los negocios consideran a estas tecnologías como habilitadores clave del trabajo híbrido. Estableciendo estos servicios

virtualizados como un pilar fundamental de las empresas, la Inteligencia Empresarial (BI, por sus siglas en inglés) brinda a las organizaciones la oportunidad de aprovechar las herramientas y plataformas tecnológicas a su disposición para recopilar y procesar información no estructurada, ordenándola en patrones y estadísticas críticas que apoyen en la toma de decisiones.

Considerando que 52% de las empresas mexicanas reportan estar en una constante adopción tecnológica, la evolución natural de las pymes deja atrás la transición de lo análogo a lo digital, para enfocarse en la construcción de inteligencia empresarial. Esta visión hace del análisis de datos una solución para agilizar y mejorar procesos, aumentando la eficacia operativa, determinar nuevas posibilidades de ingresos, identificar tendencias de mercado, notificar KPIs reales e identificar nuevas oportunidades de negocio.

El volumen total de ransomware de 2021 se duplicó en el del primer trimestre de 2022:

WATCHGUARD

UNA NUEVA INVESTIGACIÓN DE LA MARCA MOSTRÓ QUE LAS DETECCIÓNES DE LOG4SHELL SE TRIPLICARON, LOS SCRIPTS DE POWERSHELL INFLUYERON EN GRAN MEDIDA EN UN AUMENTO EN LOS ATAQUES DE ENDPOINT, LA RED DE BOTS EMOTET REGRESÓ A GRAN ESCALA Y AUMENTÓ LA ACTIVIDAD MALICIOSA DE CRYPTOMINING.

Redacción eSemanal

Basándonos en el aumento inicial de ransomware de este año y los datos de trimestres anteriores, predecimos que 2022 romperá nuestro récord de detecciones anuales de ransomware”, mencionó Corey Nachreiner, Director de Seguridad de WatchGuard, quien añadió: “Seguimos instando a las empresas a que no solo se comprometan a implementar medidas simples pero de importancia crítica, sino que también adopten un verdadero enfoque de seguridad unificado que pueda adaptarse rápida y eficientemente a las amenazas crecientes y en evolución”.

Otros hallazgos incluyen:

-Ransomware nuclear – Aunque los hallazgos del Informe mostraron que los ataques de ransomware han tenido una tendencia a la baja año tras año, todo eso cambió en el primer trimestre de 2022 con una explosión masiva en las detecciones de ransomware. Sorprendentemente, la cantidad de ataques de ransomware detectados en el primer trimestre ya ha duplicado la cantidad total de detecciones para 2021.

-LAPSUS\$ surge tras la caída de REvil – El cuarto trimestre de 2021 vio la caída de la infame cuadrilla cibernética REvil, que, en retrospectiva, abrió la puerta para que surgiera otro grupo:

LAPSUS\$. El análisis del primer trimestre de WatchGuard sugiere que el grupo de ransomware LAPSUS\$, junto con muchas nuevas variantes de ransomware como BlackCat, primer ransomware conocido en el lenguaje escrito de programación Rust, que podrían ser factores que contribuyen a un panorama de amenazas de ransomware en constante aumento.

-Log4Shell hace su debut en la lista de los 10 principales ataques a la red– Publicada a principios de diciembre de 2021, la vulnerabilidad Apache Log4j2, también conocida como Log4Shell, debutó en la lista de los 10 principales ataques a la red, a finales de este trimestre. En comparación con las detecciones de IPS agregadas en el cuarto trimestre de 2021, la firma de Log4Shell prácticamente se triplicó en el primer trimestre de este año. Destacado como el principal incidente de seguridad en el Informe de Seguridad de Internet anterior de WatchGuard, Log4Shell atrajo la atención por obtener un puntaje perfecto de 10.0 en CVSS, la máxima crítica posible para una vulnerabilidad por su uso generalizado en programas Java y el nivel de facilidad en la ejecución de código arbitrario.

-Regreso de Emotet – Emotet representa tres de las 10 detecciones principales y el malware más extendido este trimestre, luego de su resurgimiento en el cuarto trimestre de 2021. Las detecciones

de Trojan.Vita, apuntaron fuertemente a Japón, apareció en la lista de los cinco principales programas maliciosos cifrados y Trojan.Valyria, en la que ambos usan exploits en Microsoft Office para descargar el botnet Emotet. La tercera muestra de malware relacionada con Emotet, MSIL.Mensa.4, puede propagarse a través de dispositivos de almacenamiento conectados y, en su mayoría, redes específicas en los EE. UU. Los datos de Threat Lab indican que Emotet actúa como cuentagotas, descargando e instalando el archivo desde un servidor de entrega de malware.

-Los scripts de PowerShell lideran el aumento de los ataques a endpoints - Las detecciones generales de endpoints para el primer trimestre aumentaron aproximadamente un 38 % con respecto al trimestre anterior. Los scripts, específicamente de PowerShell, fueron el vector de ataque dominante. Los scripts, que representan el 88 % de todas las detecciones, superaron por sí solos la cantidad de detecciones generales de puntos de conexión más allá de la cifra informada para el trimestre anterior. Las secuencias de comandos de PowerShell fueron responsables del 99,6 % de las detecciones de secuencias de comandos en el primer trimestre, lo que muestra cómo los atacantes se están moviendo hacia ataques sin archivos y sin conexión utilizando herramientas legítimas. Aunque estos scripts son la elección clara para los atacantes, los datos de WatchGuard muestran que no se deben pasar por alto otras fuentes de origen de malware.

-Operaciones legítimas de cryptomining asociadas con actividad maliciosa - Las tres nuevas incorporaciones a la lista de principales dominios de malware en el primer trimestre estaban relacionadas con Nanopool. Esta popular plataforma agrega actividad de minería de criptomonedas para permitir rendimientos constantes. Estos dominios son técnicamente

legítimos asociados a una organización legítima. Sin embargo, las conexiones a estos grupos de minería casi siempre se originan en una red comercial o educativa a partir de infecciones de malware versus operaciones de minería legítimas.

-Las empresas aún enfrentan una amplia gama de ataques de red únicos - Mientras que las 10 principales firmas IPS representaron el 87% de todos los ataques de red; las detecciones únicas alcanzaron su conteo más alto desde el primer trimestre de 2019. Este aumento indica que los ataques automatizados se están enfocando en un subconjunto más pequeño de vulnerabilidades potenciales en lugar de probar todo menos el fregadero de la cocina. Sin embargo, las empresas todavía están experimentando una amplia gama de detecciones.

-EMEA continúa siendo un punto de acceso para las amenazas de malware - Las detecciones regionales generales de malware básico y evasivo muestran que los Firebox en Europa, Medio Oriente y África (EMEA) fueron más afectados que los de América del Norte, Central y del Sur (AMER) en 57% y 22%, respectivamente, seguida por Asia-Pacífico (APAC) con 21%.

Los informes de investigación trimestrales de WatchGuard se basan en datos anónimos de Firebox Feed de WatchGuard Fireboxes activos cuyos propietarios han optado por compartir datos en apoyo directo de los esfuerzos de investigación de Threat Lab. En el primer trimestre, WatchGuard bloqueó un total de más de 21,5 millones de variantes de malware (274 por dispositivo) y casi 4,7 millones de amenazas de red (60 por dispositivo). El informe completo incluye detalles sobre malware adicional y tendencias de red del primer trimestre de 2022, estrategias de seguridad recomendadas y consejos de defensa críticos para empresas de todos los tamaños, en cualquier sector, y más.



Q1 2022 Internet Security Insights

WatchGuard Threat Lab

EL PODER DE LAS TELECOMUNICACIONES COMO IMPULSORAS DE LA CONECTIVIDAD

*Por: Hiram Monroy.

La conectividad se ha convertido en un elemento fundamental de nuestra vida diaria: nos comunicamos con seres queridos, trabajamos, pedimos comida, compramos ropa y hasta encontramos pareja, todo a través de Internet y, en consecuencia, gracias a la industria de telecomunicaciones. Aún, cuando no somos conscientes de ello, el sector de telcos es uno de los más influyentes de la sociedad actual, posicionándose como uno de los pilares económicos más relevantes a escala global, regional y local.

Sin embargo, su potencial no había sido desbloqueado en su totalidad, encontrándose actualmente en un momento clave para su desarrollo. De hecho, según Analysys Mason, el panorama de telecomunicaciones en Latinoamérica tuvo un desempeño positivo en los últimos dos años, con un crecimiento anual estimado del 2.5% entre 2021 y 2026, un reflejo de la importancia de este segmento no solo para habilita las interacciones digitales cotidianas, sino también impulsando aplicaciones de alto rendimiento como big data, inteligencia artificial y machine learning, entre otras que implican un nivel de cómputo exigente y demandan robustez, estabilidad, agilidad y confiabilidad de la infraestructura de telecomunicaciones.

Es por eso, que conforme evolucionamos como sociedad, generando cada vez más desarrollos basados en el cómputo de alto rendimiento, resulta cada vez más necesario el uso de tecnologías que revolucionen la forma en que las telcos acercan sus servicios. Las soluciones y servicios en la nube son uno de los componentes más importantes de cualquier estrategia de digitalización, reportando crecimientos significativos en los últimos años: según un reporte de Markets and Markets, se espera que el mercado de cómputo en la nube alcance un valor de \$9,473 millones de dólares para 2026, desarrollándose a una tasa anual del 16.3%.



Esta acelerada evolución trae consigo desafíos para la infraestructura tecnológica y aparece una creciente demanda de poder de procesamiento y velocidad de respuesta. A la vez, todo lo que enumeré previamente, se traduce en un mayor flujo de datos y el incremento en el universo de dispositivos conectados, por lo que la infraestructura de TI se vuelve un elemento clave del futuro digital, soportando principalmente los requisitos técnicos de soluciones orientadas a aplicaciones de big data, IoT y centros de datos.

Todo lo anterior estaría inconcluso, si además de lograr el más alto desempeño, seguridad y menores costos operativos, no se reduce la huella de carbono derivada del consumo eléctrico de esta infraestructura.

Ante este panorama, es imperativo que las compañías busquen alianzas con proveedores de servicios que puedan ayudarlos a construir la infraestructura de red del futuro, y desde AMD estamos comprometidos en ser esos aliados. Es importante acercar poder de procesamiento, pero también velocidad, escalabilidad y flexibilidad, sin descuidar la seguridad, el desempeño y la eficacia. La industria de telecomunicaciones requiere soluciones que les permitan optimizar sus inversiones en infraestructura, impulsando la aceleración y soportando soluciones de red 5G, edge y en la nube. Quienes puedan entender las necesidades cambiantes de un sector crucial para el desarrollo de la sociedad actual, y caracterizado por el dinamismo, lograrán alcanzar grandes resultados, impulsados siempre por el poder del cómputo de alto rendimiento.

El autor es Director de Commercial Sales para AMD en México, Centroamérica y el Caribe.

ASÍ HA TRANSFORMADO RHEL NUESTRAS VIDAS EN LOS ÚLTIMOS 20 AÑOS

*Por: Roberto Calva

Con la llegada del siglo XXI, como sociedad comenzamos a tener un acercamiento con las tecnologías digitales; las computadoras pasaron de ser herramientas especializadas a ser consideradas indispensables en las oficinas y los hogares; mientras que, con el paso de los años, los teléfonos celulares, reproductores de música y video, así como nuevos dispositivos (como laptops, tabletas y smartphones) se volvieron populares en –prácticamente– todo el mundo.

Rápidamente, avanzamos hacia la cuarta Revolución Industrial que hoy vivimos y que se ha caracterizado por la innovación tecnológica, que es palpable a través de numerosas soluciones que están transformando nuestra manera de trabajar, comunicarnos y acceder a toda clase de servicios.

Por ejemplo, gracias a las múltiples aplicaciones y plataformas empresariales, en América Latina al menos 23 millones de personas han laborado de forma remota en el último año, de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Este cambio, en el caso de México, motivó una importante reforma a la Ley Federal del Trabajo, que ahora reconoce el desempeño de actividades remuneradas en lugares distintos al establecimiento de las organizaciones.

Además, iniciativas como la Estrategia Digital Nacional (EDN) buscan impulsar la transformación de las instituciones mexicanas, al privilegiar tecnologías abiertas, con las que es posible construir plataformas que promuevan la transparencia y agilizan los trámites y servicios a los que accede la población.

Gran parte de estos avances, de los que somos testigos, son resultado de la fuerza que impulsa la innovación: Red Hat Enterprise Linux (RHEL), el sistema operativo que proporciona una base sólida para todos los entornos y las herramientas necesarias para prestar servicios y ejecutar cargas de trabajo con mayor rapidez para cualquier aplicación.

Desde hace dos décadas, este software ha destacado en el mercado como un catalizador de innovación constante, un elemento generado por el Código Abierto, el cual permite la colaboración de miles de desarrolladores, programadores y expertos que conforman una comunidad internacional, encargada de construir las mejores soluciones tecnológicas; lo que demuestra lo relevante que es la suma de talento, culturas y conocimiento para las organizaciones.

Muestra de la importancia que cobra la colaboración es que 82% de los mil 250 líderes de TI participantes en nuestro estudio “Estado del Código Abierto Empresarial 2022” prefieren proveedores que realicen aportes en beneficio de esta comunidad ya que de esta manera se adquieren nuevos conocimientos y experiencias que influyen en sus planes de desarrollo.

Esta investigación también revela que 82% de los entrevistados considera que esta tecnología es igual de segura, o más, que el software propietario, al demostrar que cuenta con altos estándares de protección, que blindan cualquier arquitectura de TI.

Ahora bien, este proceso de evolución digital continúa y no se detendrá ya que, de la misma manera en que en estos 20 años, RHEL ha impulsado la innovación y lo seguirá haciendo ahora en su versión 9, recientemente presentada, la cual impulsa la transformación empresarial en paralelo con las fuerzas del mercado en evolución y las demandas de los clientes en un mundo de TI automatizado y distribuido.

Estoy convencido de que la innovación que brinda este sistema operativo seguirá dando como resultado soluciones tecnológicas, que nos continuarán sorprendiendo por sus impactos positivos en las organizaciones y en nuestras vidas. Hoy construimos las bases de un futuro en el que la tecnología seguirá siendo nuestra



ROBERTO CALVA

aliada, al ayudarnos al cuidado de la salud, a mejorar el sector financiero y las redes de telecomunicaciones, así como los servicios que los gobiernos ofrecen. El trayecto aún es largo, pero confío en que estamos avanzando por el camino correcto.

**El autor es Cloud Management & Automation Tech Leader para Red Hat en América Latina.*

DANDO FORMA A LOS NEGOCIOS DEL FUTURO

**Por: Omar Alejandro Aquino Bolaños.*

Desde la COVID-19 hasta conflictos políticos y cambio climático, las organizaciones se ven constantemente afectadas por eventos inesperados. Pero la promesa del negocio digital y automatizado como una forma de prosperar y superar a la competencia durante estas interrupciones sigue siendo clara.

Como líder de TI, la responsabilidad de respaldar el aspecto técnico del negocio digital recae directamente sobre tus hombros. Tienes la oportunidad de adoptar innovaciones que multiplican la fuerza para acelerar el crecimiento e impulsar estratégicamente a tu organización.

Estas innovaciones ofrecerán:

- Conexiones digitales confiables para tu personal y dispositivos en todas partes
- Soluciones para escalar rápidamente la creatividad de automatización en cualquier lugar
- Capacidades innovadoras para acelerar el crecimiento empresarial más allá de hoy

Estos puntos se construyen y se refuerzan unos a otros. En conjunto, ayudarán a cumplir las prioridades de las empresas para escalar, adaptarse y crecer.

Inteligencia de decisiones

Las decisiones pueden verse influenciadas por una multitud de experiencias y sesgos, pero en un mundo de cambios rápidos, las organizaciones deben tomar mejores decisiones, más rápido. La inteligencia de decisiones mejora la toma de decisiones organizacionales al modelar decisiones a través de un marco. Los equipos pueden administrar, evaluar y mejorar las decisiones en función del aprendizaje y la retroalimentación.

La integración de datos, análisis e inteligencia artificial permite la creación de plataformas de inteligencia de decisiones para respaldar, aumentar y automatizar decisiones.

Para 2025, el 60% de las grandes organizaciones alrededor del mundo utilizará una o más técnicas informáticas para mejorar la privacidad en análisis, inteligencia comercial o computación en la nube.

Malla de ciberseguridad

Los activos comerciales automatizados se distribuyen en soluciones de gestión de flotas, nube y centros de datos. Los enfoques de seguridad tradicionales y fragmentados centrados en los perímetros empresariales dejan a las organizaciones expuestas a vulneraciones.

Una arquitectura de malla de ciberseguridad proporciona un enfoque componible de seguridad basado en la identidad para crear un servicio escalable e interoperable. La estructura integrada común protege todos los activos, independientemente de su ubicación, para permitir un enfoque de seguridad que se extienda a través de la base de los servicios de TI.

De acuerdo con Gartner, para 2024, las organizaciones que adopten una arquitectura de malla de ciberseguridad para integrar herramientas de seguridad para trabajar como un ecosistema cooperativo reducirán el impacto financiero de los incidentes de seguridad individuales en un promedio del 90%.



La hiperautomatización es un enfoque impulsado por el negocio para identificar, examinar y automatizar tantos procesos operativos y de TI como sea posible. Requiere el uso orquestado de herramientas y plataformas de múltiples tecnologías.

-Sistemas Autónomos: A medida que las organizaciones crecen, la gestión manual tradicional no puede escalar al mismo ritmo. Los sistemas autónomos, como los AMR de MiR, son herramientas autoadministrables que aprenden de sus entornos. Pero a diferencia de otros sistemas, pueden modificar dinámicamente sus propios algoritmos sin actualizaciones de software. Esto permite respuestas rápidas al cambio, lo que permite la gestión a escala de entornos complejos.

En última instancia, el futuro no consistirá únicamente en desarrollar y vender tecnologías únicas. La visión y la estrategia a largo plazo de MiR enfatizan un cambio hacia los problemas sociales y ver cómo se pueden abordar de manera integral. Los productos deben combinarse con los servicios en la próxima década, y es posible que sea necesario rediseñar sistemas sociales completos para generar valor. Soluciones tan ambiciosas requerirán cada vez más colaboración con los socios. La visión de MiR es crear innovación impulsada por las necesidades sociales a través de la automatización para empoderar a las personas.

***El autor es Sales Director para Latinoamérica de MiR.**

Dando forma al futuro...

Con la base de confianza establecida, el próximo enfoque son las tecnologías que permiten a la organización escalar sus esfuerzos de automatización.

Pero las TI no puede igualar el ritmo del cambio por sí sola. Los equipos de TI, compuestos por personal comercial y de TI, colaborarán e impulsarán la innovación para automatizar rápidamente el negocio. El trabajo de TI es proporcionar las herramientas que permitan a los equipos esculpir el cambio, a través de:

-Aplicaciones componibles: Los equipos de TI enfrentan muchos desafíos. Pueden carecer de habilidades de codificación, estar bloqueados en las tecnologías incorrectas y, a menudo, se les asigna una entrega rápida.

Las aplicaciones componibles están formadas por capacidades comerciales empaquetadas (PBC) u objetos comerciales definidos por software. Los PBC, por ejemplo, que representan a un paciente o un gemelo digital, crean módulos reutilizables que los equipos de fusión pueden auto-ensamblar para crear aplicaciones rápidamente, lo que reduce el tiempo de comercialización.

-Hiperautomatización: los crecientes enfoques en el crecimiento, la digitalización y la excelencia operativa han resaltado la necesidad de una automatización mejor y más generalizada.

TQ6702 GEN2 Wi-Fi 6 de **Allied Telesis**

Access point, ofrece rendimiento en aplicaciones de experiencia inmersiva, y más capacidad para dispositivos móviles e IoT.

Descripción

Para mercados como educación, atención médica, fabricación y entornos comerciales gracias al soporte para aplicaciones en tiempo real, como el streaming de video.

Características

- Capacidad de 4,8 gigabits
- 8 spatial streams para rendimiento en ancho de banda
- Inalámbrico para redes empresariales en todas partes

contactame@esemanal.mx



ProArt Z690-Creator WiFi de **Asus**

Tarjeta madre para edición de videos, renderizado, modelado 3D y exportación de proyectos. Permite optimizar el sistema con AI Overclocking, AI Cooling y AI Networking.

Descripción

Compatible con CPU Intel Core de 12.ª generación, RAM DDR5 y PCIe 5.0. Cabezales de fácil acceso permiten configurar un puerto USB 3.2 Gen 2x2 tipo C en el panel frontal del case con suministro de energía de 60 W y tecnología Quick Charge 4+.

Características

- Dos ranuras PCIe 5.0 x16
- Cuatro ranuras M.2
- Dos puertos Thunderbolt 4
- Puertos Ethernet de 10 Gb y 2,5 Gb

contactame@esemanal.mx



WorkForce Pro WF-C878R de **Epson**

Impresora multifuncional a color con tecnología PrecisionCore Heat-Free. Para grupos de trabajo que requieren alta productividad.

Descripción

Brinda costos totales de impresión bajos gracias a su sistema de paquete de tinta reemplazable, que ofrece hasta 86,000 páginas ISO (negro) y hasta 50,000 páginas ISO (color).

Características

- Impresiones a 25/24 ppm ISO (negro/color)
- Escaneo de hasta 45 imágenes por minuto (dúplex)
- Con impresión de 13" x 19"
- Impresión automática a doble cara
- Capacidad total de papel de 1.835 hojas (con bandejas opcionales)

contactame@esemanal.mx



Engage One 2D de **HP**

Características

Escáner de código de barras pequeño y delgado de HP de 130 g, con diseño moderno y audaz gracias al agarre cómodo, igualmente elegante para escanear en ubicaciones fijas. Lee carteras y cupones digitales, códigos de barras impresos y puede usarse a mano o en modo de presentación. Sistema operativo Microsoft Windows 10 IOT Enterprise Edición de 64 bits Retail o Microsoft Windows 10 Pro Edición de 64 bits.

Garantía: Limitada de tres años con intercambio. Servicios HP Care Pack adicionales disponibles para ampliar la protección.

alejandro.delgado@hp.com



Flip 6 de **JBL**

Bocina portátil para interior o exterior. Cuenta con correa para transportarla fácilmente.

Descripción

Tiene certificación IP67 que la hace resistente al agua. Tolera sumergida en la piscina hasta 1 metro de profundidad durante 30 minutos. Viene en distintos colores como verde, rojo, negro y azul.

Características

- Batería de hasta 12 horas
- Con la función Partyboost permite conectar más bocinas JBL
- Cambio de canción o pausa mediante la aplicación Connect
- Conectividad Bluetooth que permite enlazar dos dispositivos

contactame@esemanal.mx





**SÍGUENOS EN
YOUTUBE**

/eSemanal Periodismo del Canal TIC

DualUp (modelo 28MQ780) de **LG**

Monitor para el creativo profesional o programadores. Multitarea, con pantalla Nano IPS de 27.6", resolución Square Double QHD (2560 x 2880) y relación de aspecto de 16:18.

Descripción

Nuevo formato, diseño de tres lados prácticamente sin bordes. Con función de vista dividida vertical. Soporte Ergo ajustable que se sujeta a la mayoría de los escritorios y mesas. La altura ofrece reducir los movimientos de cabeza de lado a lado, y en consecuencia el dolor de cuello.

Características

- Gama de colores (típ.) DCI-P3 98%
- Brillo 300 nits y relación de contraste 1000:1
- HDR10
- Color calibrado
- Tiempo de respuesta 5ms (GtG en configuración más rápida)
- Tecnología AMD FreeSync
- USB Tipo C, HDMI x2, puerto de visualización
- Concentrador USB x1 Upstream, x2 Downstream
- Altavoz estéreo con MAXXAUDIO (5 W x 2)
- Control en pantalla

contactame@esemanal.mx



Inzone H9 de **Sony**

Audífonos inalámbricos para videojuegos con cancelación de ruido. Detección precisa del objetivo con tecnología 360 Spatial Sound for Gaming y acústica optimizada.

Descripción

Banda acolchada, amplia y suave. Las almohadillas para las orejas tienen una forma que minimiza la presión en los oídos.

Características

- Hasta 32 horas de batería
- Modo de cancelación de ruido y de sonido ambiente
- Carga rápida de 10 minutos permite jugar por hasta una hora
- Micrófono boom inclinable y flexible con función de silencio certificado por Discord
- Dual Noise Sensor, modo Ambient Sound
- Software para PC Inzone Hub incluye una variedad de ajustes de sonido
- Disponibles en Latinoamérica a partir de septiembre 2022

contactame@esemanal.mx



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





**SÍGUENOS EN
LINKEDIN**

/NOTICIASDELCANAL