

8 de Agosto 2022 · Año 31 | No. 1487

3 eSemanal

DÉCADAS NOTICIAS DEL CANAL

CT INTERNACIONAL
Rumbo al Mundial Qatar 2022

GUÍA DE COMPRA
Tarjetas Gráficas

AMD
Lanza Ryzen Pro
Serie 6000

SEÑALIZACIÓN DIGITAL
Ayuda a incrementar ventas

MANTENTE INFORMADO EN NUESTRAS REDES SOCIALES





Álvaro Barriga •

Señalización Digital incentiva las ventas y genera negocio para el canal

Especialistas consultados por el equipo editorial de **eSemanal** aseguraron que la señalización digital ha sido una herramienta estratégica durante la pandemia; indicaron que México registra la mayor demanda de estas soluciones en América Latina, por lo que el canal sigue siendo el mejor medio para acercar estas tecnologías al mercado.

Según datos proporcionados, Mood Media indicó que el 68% de los usuarios encuestados dijo que la señalización digital influye en su decisión de compra y el 44% podría cambiar su decisión de compra por el producto anunciado.

Por su parte, Gartner señaló que en 2026 el 25% de las personas pasarán al menos una hora en el metaverso, por lo que ahí también está el terreno de las oportunidades para la señalización digital, lo que deja entrever que la creatividad para mostrar contenidos no tiene límite y siempre hay más opciones.

Los sistemas de señalización digital han encontrado sus principales nichos en retail, aeropuertos y restaurantes, pero hay un crecimiento en el mercado corporativo. El principal uso que se le da es para promocionar productos y para comunicación interna.

En México, canal dispone de soluciones completas de todo tipo a través de los mayoristas y las principales marcas de monitores, cableado, sistemas de energía, etcétera. También de asesoramiento, capacitaciones técnicas y comerciales, que les ayudarán a participar en el mercado de señalización digital.

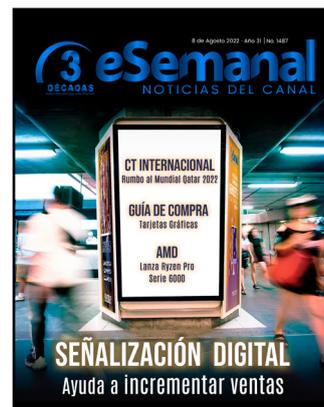
CT Internacional llevará a algunos canales al Mundial de Fútbol Qatar 2022, al respecto, Charity Ibarra, Gerente de Mercadotecnia en el mayorista, explicó que la dinámica “Vive el Mundial con CT” ya está activa y los ganadores podrán disfrutar de los partidos de la selección de México contra sus similares de Polonia y Argentina, así como el encuentro entre Alemania vs Japón.

Ibarra explicó que todas las compras que se realizaron desde el 1 de julio y hasta el próximo 31 de octubre de 2022 participarán por uno de los viajes que el mayorista tiene para sus canales; lo único necesario es registrarse en el portal: <http://viveelmundialconct.com/> y comenzar a acumular goles (puntos) por todas sus compras de las marcas patrocinadoras: Acteck, Adata, Dell Technologies, Huawei, Intellinet Manhattan, Kensington, Kinston Technology, Lenovo, LG, Logitech, Microsoft, Perfect Choise, SmartBitt y TechZone.

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 SEÑALIZACIÓN DIGITAL genera oportunidades hasta en el metaverso



PUBLIRREPORTAJE

7 CT INTERNACIONAL: te lleva a disfrutar tres encuentros de la Copa del Mundo Qatar 2022



CT

22 MI CUMPLE ESEMANAL

GUÍA DE COMPRA

23 Tarjetas Gráficas



GUÍA DE COMPRA

FABRICANTES

28 Los nuevos procesadores de **AMD** impulsan el cómputo empresarial



AMD

31 ZEBRA TECHNOLOGIES anuncia la renovación de su programa de entrenamiento interactivo para canales

BÚSCANOS EN:



/NOTICIASDELCANAL



/NOTICIASDELCANAL



ESEMANAL



ESEMANAL



55 7360 5651

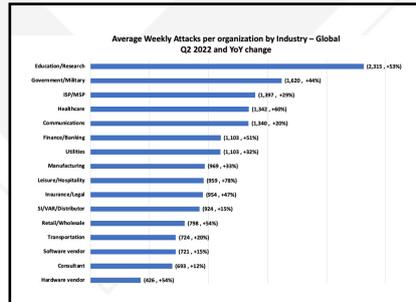
WWW.ESEMANAL.MX

DESARROLLADORES 33 CHECK POINT RESEARCH:

ataques de ransomware han aumentado 59% con respecto al 2021

36 Inflación y regreso a clases: 4 consejos de **ADOBE** para que los retailers no pierdan ventas

39 PRODUCTOS



CHECK POINT



ADOBE



PRODUCTOS

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

 **3 eSemanal**
DÉCADAS NOTICIAS DEL CANAL

Apoyando el
negocio del canal

CT Internacional: te lleva a disfrutar tres encuentros de la Copa del Mundo Qatar 2022



IP

- **Los distribuidores ganadores podrán disfrutar de tres partidos en el evento deportivo más importante del año**
- **Entre más goles acumulen, mayor oportunidad de viajar a la copa mundial de fútbol tendrán**
- **Podrán disfrutar de los partidos: México vs Polonia; Alemania vs Japón y México vs Argentina**

Todas las compras que se realizaron desde el 1 de julio y hasta el próximo 31 de octubre de 2022 cuentan para acumular goles y participar en el sorteo de uno de los viajes que CT Internacional tiene para sus canales; al registrarse en el portal: <http://viveelmundialconct.com> CT te regala el primer gol para participar en la dinámica. Los distribuidores acumulan goles adiciones con cada 50 mil pesos de compras de las marcas patrocinadoras: Acteck, Adata, Dell Technologies, Huawei, Intellinet, Manhattan, Kensington, Kinston Technology, Lenovo, LG, Logitech, Microsoft, Perfect Choice, Smartbitt y TechZone, entre otras que continúan sumándose a la dinámica. El mayorista de valor ratificó su enorme compromiso con sus distribuidores, premiándolos con viajes todo incluido para el evento deportivo más importante del año, la Copa Mundial de Fútbol 2022 que se celebrará en Qatar, donde podrán disfrutar de tres encuentros, de los cuales dos estarán a cargo de la Selección de fútbol de México, así lo compartió Charity Ibarra, Gerente de Mercadotecnia CT Internacional: “Los distribuidores que resulten ganadores de nuestra dinámica, nos acompañarán a tres juegos de Qatar 2022 que son: México contra Polonia el 22 de noviembre; Alemania contra Japón el 23 de noviembre y México contra Argentina el 26 de noviembre. Es importante mencionar que el encuentro entre México y Argentina se jugará en el Lusail Stadium, que es precisamente el estadio en donde se jugará la final del Mundial. Eso significa que nuestros ganadores estarán en el mejor y más moderno estadio de Qatar”.

“La dinámica Vive el Mundial con CT ya está activa y llevaremos a un grupo grande de distribuidores e integradores a vivir el mejor y más importante evento deportivo del año, Qatar 2022; en la página: <http://viveelmundialconct.com> pueden revisar las bases de la dinámica para participar. Somos el mayorista que lleva al mayor número de distribuidores a Qatar 2022”: Charity Ibarra.

Cómo participar

CT Internacional, en su esfuerzo y dedicación para que todos sus distribuidores e integradores pudieran participar, dispuso un portal (<http://viveelmundialconct.com/>) en cual sólo en necesario que se registren y compren productos de las marcas patrocinadoras, lo que les permitirán acumular goles (puntos) y con ellos, participar en la rifa de uno de los viajes a la Copa Mundial en Qatar. Asimismo, los canales que no acumulen los puntos requeridos podrán participar en la rifa de 45 pantallas.

Pasos para participar:

Registrarse en el micrositio: ctonline.mx/qatar2022 y CT Internacional les regala el primer gol, por lo que ya están participando para disfrutar el mundial Qatar 2022.

Un gol adicional equivale a 50 mil pesos de compras con las marcas patrocinadoras.

Entre más goles acumulen los distribuidores, mayor será el premio al que puedan aspirar:

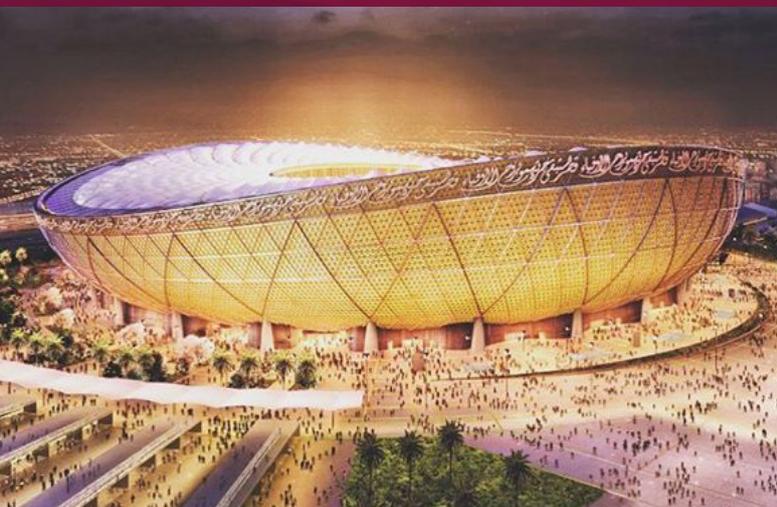
- **Acumular un gol:** Participan en la rifa de una de las 20 pantallas de 50 pulgadas.
- **Acumular tres goles:** Participan en la rifa de una de las 15 pantallas de 65 pulgadas.
- **Acumular cinco goles:** Participan en la rifa de una de 10 pantallas de 70 pulgadas.
- **Acumular 30 goles:** Participan en la rifa de uno de los viajes para disfrutar de los encuentros de México contra Polonia, México contra Argentina y Alemania contra Japón



CHARITY IBARRA

“En CT Internacional queremos que todos nuestros distribuidores participen en la dinámica. Los canales simplemente tienen que registrarse y automáticamente reciben un gol de regalo, con ese gol ya están participando en la rifa de 20 pantallas de 50”; ahora bien, cada 50 mil pesos en compras de marcas patrocinadoras le da a nuestros distribuidores un gol adicional, quienes sumen tres goles podrán participar en la rifa de 15 pantallas de 65”, quienes sumen cinco goles podrán participar en la rifa de 10 pantallas de 70” y quienes sumen 30 goles participarán en la rifa de uno de los viajes a la Copa Mundial de Qatar 2022”: Charity Ibarra, Gerente de Mercadotecnia CT Internacional.

Por otra parte, es importante destacar que las compras o el periodo asignado para ganar puntos, comenzó el 1 de julio y concluirá el próximo 31 de octubre, y las marcas participantes son: Acteck, Adata, Dell Technologies, Huawei, Intellinet Manhattan, Kensington, Kinston Technology, Lenovo, LG, Logitech, Microsoft, Perfect Choise, SmartBitt y TechZone.



Copa Mundial de Fútbol Qatar 2022:

- Viaje redondo saliendo de la ciudad de México del 20 al 27 de noviembre.
- Hospedaje por 8 días 7 noches en Doha.
- Desayunos diarios tipo bufete en restaurante del hotel.
- Comida de bienvenida para grupo en BOHO Social Restaurant.
- Entrada a tres partidos: México vs Polonia (22 de noviembre); Alemania vs Japón (23 de noviembre) y México vs Argentina (26 de noviembre)
- Traslados terrestres privados
- Seguros de viajero e impuestos locales incluidos.



CONTACTOS:

 <http://viveelmundialconct.com>

 662109 0000 ext 227

 gabriela.ibarra@ctin.com.mx

SEÑALIZACIÓN DIGITAL GENERA OPORTUNIDADES HASTA EN EL METAVERSO

- MOOD MEDIA: EL 68% DE LOS USUARIOS DIJO QUE LA SEÑALIZACIÓN DIGITAL INFLUYE EN SU DECISIÓN DE COMPRA Y EL 44% PODRÍA CAMBIAR SU DECISIÓN DE COMPRA POR EL PRODUCTO ANUNCIADO
- GARTNER: EN 2026 EL 25% DE LAS PERSONAS PASARÁN AL MENOS UNA HORA EN EL METAVERSO POR LO QUE AHÍ ESTARÁ EL TERRENO DE LAS OPORTUNIDADES PARA LA SEÑALIZACIÓN DIGITAL
- EN MÉXICO LA DEMANDA EN SOLUCIONES DE DIGITAL SIGNAGE REPRESENTA MÁS DEL 50% A NIVEL LATINOAMÉRICA
- LA SEÑALIZACIÓN DIGITAL REPRESENTÓ UNA HERRAMIENTA ESTRATÉGICA DURANTE LA PANDEMIA

Autor: Raúl Ortega





La primera impresión puede parecer algo intrascendente, pero en el terreno de los negocios no sólo es importante, sino determinante, pues de ello depende el engagement donde radica la delgada línea entre el usuario final desperdigado y uno cautivo de los productos anunciados, por ello las soluciones de señalización digital son tan importantes y ya no están restringidas a ciertas verticales de negocio, sino que se extienden en la medida que las empresas busquen vender más. La señalización digital tiene diversas aplicaciones que van desde la transmisión de contenidos o mensajes para empleados, hasta proyectar videos lúdicos para las personas que asisten a un espacio, motivo por el que los canales están en posibilidad de ofrecer dichas soluciones en diversas verticales, ya que anteriormente, estaban enfocadas para espacios como retail, aeropuertos o restaurantes, lo que cambió.

Sumado a lo anterior, debido a la pandemia y las medidas sanitarias, la señalización digital fungió como una herramienta para transmitir y recordar constantemente los mensajes de higiene a las personas. “La señalización digital se ha vuelto muy importante para la comunicación, ya que nos permite ser más dinámicos al momento de comunicar o presentar un aviso, ya sea promocional o corporativo, entre más atractivo sea visualmente, tendrá mayor retención en la mente de quien lo visualiza lo que a su vez tendrá un mayor y mejor impacto. Durante los últimos años, hubo una necesidad urgente de comunicar medidas de higiene en cualquier compañía, esto sin dejar a un lado los mensajes tradicionales, incluir un cintillo de RSS, noticias o un mensaje dentro de una comunicación tradicional, y en muchos casos esto se pudo realizar de manera sencilla utilizando digital signage”: explicó Pablo García, Gerente Regional de ViewSonic para México.



Conoce lo nuevo en señalización digital en proyectos personalizables



Video Wall

Kioscos y Totems interactivos

Podemos personalizar equipos en tamaño, diseño, especificaciones, de acuerdo a necesidades.



Mini Kiosco Interactivo con power bank



Pantallas Interactivas Touch



Magic Kapp para publicidad

Ventilador Holográfico



Mesas Interactivas Touch

Para mayores informes y ventas con:
Liliana Bertolone
ventas1@corporacionmultimedia.com.mx
Teléfonos: 55 13 46 81 40
55 13 46 81 41
800 2675 267
www.corporacionmultimedia.com.mx

“Los sistemas de señalización digital han sido una solución que desde hace varios años ha permeado el mercado mexicano, las empresas pueden comunicar de manera rápida y eficiente contenido digital mediante la nube, de manera casi-instantánea. Su principal nicho al principio fue en retail, aeropuertos y restaurantes, pero podemos ver un crecimiento en el mercado corporativo. El principal uso que se le da es para comunicación interna y visualización de KPI's. La pandemia por Covid-19 aceleró en diferentes empresas la adopción de esta tecnología, no solo para comunicar a su personal: valores empresariales, noticias, cumpleaños, sino también como una herramienta para seguir comunicando

las medidas de sana distancia, el uso de cubrebocas y el lavado de manos. Me parece que hoy más que nunca es importante la adopción de estas tecnologías que también tienen espacio en el sector educativo”, explicó Alfredo Rubio, Product Manager de soluciones B2B para México en BenQ.



ALFREDO RUBIO

Así bien, la señalización digital es un mercado que, pese a haberse detenido los proyectos por la pandemia, el desabasto y los problemas de las cadenas de logística, las empresas que ya tenían instalado algunas herramientas de este tipo, las usaron para dar pasos en la dirección correcta al momento de cuidar la salud de sus empleados, clientes o usuarios. No obstante, las organizaciones que no pudieron echar mano de pantallas informativas para el personal, se dieron cuenta de la importancia y ayuda que representaban estas en un escenario como fue el de la pandemia que, lejos de concluir, ya se ha previsto como una enfermedad que llegó para quedarse, al igual que las medidas de prevención.



No está por demás comentar que los canales se encuentran frente a una oportunidad importante de ofrecer equipos alineados a una estrategia, que además de vender y anunciar para colocar la marca de las empresas como un referente, también es útil al reforzar información que ayude a evitar los contagios.

El mercado

Como bien es sabido, la pandemia y el confinamiento afectó de forma dramática la economía en general, pero a dos años de aquel anuncio de cierre, los negocios han retomado sus dinámicas y buscan recomponer sus economías internas, asimismo, también pudieron apreciar de forma directa que la digitalización de sus procesos era una alternativa

por excelencia y contra toda contingencia, puesto que el negocio seguía avanzando, de ahí se sigue que el canal ofrezca también soluciones de señalización digital para lograr un mayor impacto.

“Dentro de ViewSonic estamos constantemente detectando oportunidades que van en ascenso, dada la necesidad de los clientes no solo de comunicar sino también tener una video colaboración más efectiva, por ello nosotros estamos incluyendo en nuestros equipos el ecosistema myViewboard lo cual hace que por ejemplo una pantalla 24x7 pueda ser usada para comunicación corporativa o video colaboración, eso hace que no solo tengamos mercado de digital signage, sino también una buena parte de enterprise y educación. Hoy en día, la mayoría de los sectores utilizan una pantalla para comunicar y con la pandemia, esto aumentó significativamente, ayudó a no tener contacto físico, pero esta comunicación debe ser efectiva, debe poder intercalar mensajes de orientación, publicitarios e informativos, de ahí el éxito de myViewboard”: Pablo García, Gerente Regional de ViewSonic para México.



PABLO GARCÍA





**SÍGUENOS EN
LINKEDIN**

/NOTICIASDELCANAL

Por otra parte, BenQ compartió estar observando una franca recuperación para el mercado mexicano en relación con la señalización digital, dejando ver que las oportunidades para el canal pueden ser atractivas, además de la importancia de robustecer su portafolio con equipos que sean parte de una integración holística, así lo explicó el Product Manager de soluciones B2B para México en BenQ: “México desde hace algunos años es el país latinoamericano con la mayor demanda de este tipo de soluciones, solo en Latinoamérica contribuye por encima del 50%. Por supuesto, cuando sumamos todo América, México se encuentra en tercer lugar después de EUA y Canadá. En 2020, debido a la pandemia, hubo una caída global de esta solución por las medidas de cierre que se dieron y que impactaron al mercado de retail. Sin embargo, en 2020 y 2021 pudimos ver una recuperación, en algunos meses incluso de 2022 se han tenido resultados similares a prepandemia, incluso mayores”.

Es importante subrayar la oportunidad que existe alrededor de diversos nichos de mercado, pues como se comentaba en el inicio, la señalización digital ya no está acotada como una herramienta de la publicidad, sino que se desdobra y abarca otros espacios debido a su posibilidad de usos, entre los que se incluyen desde los ya conocidos: retail, hoteles (hospitalidad), centros de espectáculos y aeropuertos, hasta espacios corporativos, escolares o en el sector salud.



“La señalización digital ha crecido mucho, pues a través de un kiosko se pueden solicitar citas, pagar estudios, o simplemente hacer check in de que ya se llegó a una consulta, la señalización ha ocupado un lugar importante en este sector. Actualmente dependiendo de la necesidad del cliente hay alguna solución que podamos ofrecer para implementar señalización digital, cualquier vertical puede implementar una solución, pues su uso puede ir más allá del publicitario, como hace algunos años estaba encasillada”: Pablo García.

Pensando en el propósito más intrínseco de la señalización digital, es decir como una forma publicitaria, es posible destacar estudios que reseñan un adepto por parte de los usuarios hacia los productos anunciados, lo cual alcanza hasta un 68% que se sienten más propensos a comprar

lo visto en las pantallas, así lo señaló el estudio ‘Los datos detrás de los sistemas de señalización digital’ de Mood Media: “El 68% de los clientes estuvo de acuerdo en que la señalización digital influiría en su decisión de comprar el producto anunciado en el futuro y el 44% estuvo de acuerdo en que los influiría para comprar el producto anunciado en lugar del que planeaban comprar”.

“El que te contacta directamente con un requerimiento, de manera orgánica en el 80% de estos casos el usuario previamente ya ha comparado diferentes soluciones en el mercado, ya tiene una noción de lo que es un CMS (Sistema de gestión de contenidos) y el tipo de hardware necesario, este usuario quiere quizás una demo o aclarar preguntas”: Product Manager de soluciones B2B para México en BenQ.



SÍGUENOS EN
+ TWITTER

@eSemanal



Retos, oportunidades y el canal

De manera puntual, es necesario señalar que los retos para el mercado de la señalización digital han sido diversos, pero la crisis, a su vez, le abrió puertas importantes como un aliado indispensable para emitir información relevante durante la pandemia, por lo que las oportunidades también se diversificaron. En entrevista para **eSemanal**, ViewSonic disertó: “En general creemos que ha sido un muy buen año. Se ha ido recuperando este primer semestre y para el segundo seguirá creciendo. Como Viewsonic tenemos lanzamientos para lo que resta del año. Queremos seguir comunicando a nuestros integradores todo lo que estamos trabajando, haremos lanzamientos de nuestros equipos 16x7, de más beneficios, que les ayudarán a seguir atendiendo a sus clientes finales de la mejor manera, con soluciones completas, eficientes y sobre todos adaptadas a los nuevos tiempos. Vemos que las planificaciones para el próximo año comienzan fuertes, por ello nosotros seguimos presentando equipos, acercándonos a saber cuáles son las necesidades y lo que busca el usuario final y entregar de manera puntual estas soluciones para que el crecimiento de la economía continúe. Vamos a tener un segundo semestre muy fuerte, nuevos lanzamientos, myViewboard sigue creciendo para entregar soluciones más completas en cada sector que se le implemente”: Pablo García.



“Uno de los principales retos para este año, es que hay todavía una preocupación latente en la implementación de equipos interactivos, debido al riesgo de contagio que puede representar un equipo que tenga interacción con muchas personas. En nuestro caso vemos esto como una oportunidad, este año lanzamos nuestra nueva línea ILO1 la cuales son pantallas entre 43” y 55” que cuentan con una membrana de ion-plata que inhibe la reproducción celular de virus, bacterias, hongos y protozoos, haciendo que la pantalla no se convierta en un foco potencial de infección. Estamos totalmente certificados en la eficacia de nuestro panel y la competencia no ofrece algo similar en este producto enfocado a quioscos y menú interactivo”: Alfredo Rubio.

Muchos fabricantes como desarrolladores aseguran que el desabasto ya es un tema pasado, y probablemente sea así, aunque es de advertir que las empresas aún tienen la tarea de asegurar abasto constante de productos y soluciones para señalización digital, lo cual también garantiza las oportunidades y negocios del canal, siendo aún más relevante que, los canales tengan apertura y conozcan a detalle el portafolio de soluciones de los fabricantes, además de su disponibilidad inmediata, lo que en un futuro próximo garantice su exitosa colocación de las mismas. “Viewsonic tiene una planeación anual y eso nos ha ayudado a que durante este año no tengamos una afectación que llegue a repercutir en la venta, especialmente en México hemos tenido un incremento en la venta muy superior a lo de 2021 y 2020 en el mismo periodo, lo que habla de la seguridad que tenemos en nuestros inventarios junto con el excelente trabajo de los mayoristas con los que colaboramos”: aseguró el Gerente regional de ViewSonic para México.

“Seguimos viviendo el impacto de la pandemia, sobre todo en la logística y en la cadena de suministros de componentes. Algunas acciones puntuales que estamos tomando es pedir volumen de producción para poder garantizar desde planta la reserva de material. La situación en los puertos marítimos es un caos todavía, muchas marcas buscan tener un lugar en los contenedores mes con mes. Para esto tratamos de llenar contenedores con la mayor cantidad de producto y hacer reservas con al menos un mes de antelación. Todo esto para poder garantizar producto en la región. Hay modelos que pueden estar más afectados que otros”: Product Manager de soluciones B2B para México en BenQ.

En conclusión, la actuación del canal es determinante no sólo en acercar las soluciones y productos correctos para el usuario final, sino más importante aún generar una propuesta de valor que garantice retornos de inversión inmediatas, asimismo no deben perder de vista que todo ello se logra a través de la constancia en capacitaciones y certificaciones que ofrece cada fabricante; no obstante, es primordial que los canales también se adiestren en conocimientos nuevos como el metaverso, puesto que, gran parte de lo que se está construyendo como un terreno fértil para las oportunidades en un futuro próximo, son todas las posibilidades que apertura e implica el metaverso; espacio que de ser entendido y aprovechado, será el nuevo campo de batalla para los negocios, y lo cual desde luego, no exime a la señalización digital.



Recomendaciones para el canal:

• **BenQ:** La compañía refirió que, algo fundamental es la sinergia entre su equipo de ventas y su equipo de ingeniería de campo para poder tener siempre presentes los alcances y limitaciones de los equipos. De igual forma, aclarar las diferencias entre un hardware robusto y especializado de señalamiento digital, siempre es mucho mejor a la larga que el uso de televisiones ya que son tecnologías totalmente diferentes, enfocados a mercados totalmente distintos. Otro punto importante es la plataforma para la creación y administración de contenido (CMS) debe ser una solución sencilla y fácil de implementar. Si el personal de ventas no puede demostrar su uso de manera fácil y sencilla difícilmente podrán venderlo.

• **ViewSonic:** La empresa aseguró que, la educación, capacitación y certificación es la base de cualquier resultado, por lo que recomienda que busquen la forma de poder trabajar en conjunto y registrando proyectos, capacitándose, en diferentes formas de comunicación dado que las pantallas cuentan con Android, además son compatibles con muchas aplicaciones para señalización digital, incluyendo Revel Digital que es el software que recomiendan para la implementación con los equipos. El conocimiento de las soluciones dará como resultado un negocio exitoso, por lo que la compañía se dijo dispuesta a ayudar a los canales y darles el respaldo que requieren.

Mini kiosco con Powerbank JC-PS835SD de JC Vision

Mini Kiosco interactivo con doble pantalla táctil para reproducir contenido publicitario en imagen y/o video, gestionado desde servidor, con función de Power Bank que permite cargar hasta 4 teléfonos al mismo tiempo.

Características:

- Doble pantalla touch de 7"
- Resolución de 600 x 1024px
- Batería de 20800mA
- Compatible con Android e iPhone
- Carga hasta 4 teléfonos celulares al mismo tiempo
- Cable lightning y cable tipo C para carga incluidos.
- Doble puerto USB para cargar teléfonos celulares
- Gestione anuncios publicitarios en imagen o video desde un servidor online
- Disponible en color blanco y color negro
- 1 año de garantía

Disponibilidad:

- Corporación Multimedia y audiovisual SA de CV
www.corporacionmultimedia.com.mx

Contacto:

Liliana Bertolone

ventas1@corporacionmultimedia.com.mx

T: 55 13 46 81 40 / 55 13 46 81 41 / 800 2675 267



FELICITA

LUNES 8 AGOSTO

ELENA HERNÁNDEZ RAMOS, MARKETING COORDINATOR EN *INTCOMEX*
GABRIELA BAEZA VILLANUEVA, INTERNATIONAL KEY ACCOUNT MANAGER EN *ENERGY SISTEM*
LILIANA ANABELL BÁRCENAS LEMUS, ACCOUNT MANAGER ENTERPRISE EN *SYNERGY SOLUTIONS*
LUIS AURELIO ANGUIANO MAC LENNAN, COORDINADOR DE ACCESORIOS EN *VORAGO*
MARCO ANTONIO FRANCO LEÓN, ADMINISTRADOR EN *TELECOMMUNICATION SYSTEMS*
BELDEN POR SU **27 ANIVERSARIO**

MARTES 9 AGOSTO

FERNANDO CABRERA BENÍTEZ, MARKETING EN *ACTECK*

MIÉRCOLES 10 AGOSTO

LISETTE LÓPEZ VELARDE, SENIOR MARKETING MANAGER EN *KASPERSKY*
PERFECT CHOICE POR SU **30 ANIVERSARIO**

JUEVES 11 AGOSTO

JORGE CORTES IRACHETA, GLOBAL DISTRIBUTION VICE PRESIDENT EN *SCHNEIDER ELECTRIC*
KINGSTON TECHNOLOGY POR SU **23 ANIVERSARIO**
LACES NETWORK POR SU **16 ANIVERSARIO**

VIERNES 12 AGOSTO

GUILLERMO HERNÁNDEZ LUGO, DIRECTOR GENERAL DE *RITTAL*
IVÁN DEL CARPIO, DIRECTOR GENERAL DE *GRUPO DUSOF*
RUBÉN FARÍAS, CHANNEL MANAGER EN *ESOLUTION*

SÁBADO 13 AGOSTO

MARCOS IBÁÑEZ VILLALOBOS, DIRECTOR REGIONAL DE DISTRIBUCIÓN EN *DELL TECHNOLOGIES*
IDENTATRONICS DE MÉXICO POR SU **34 ANIVERSARIO**

DOMINGO 14 AGOSTO

ADRIÁN IBARRIA MARTÍNEZ, ACCOUNT MANAGER EN *CDP*
CARLOS CORREDOR, DIRECTOR OF SALES LATIN AMERICA EN *ELO*
RICARDO ZERMEÑO GONZÁLEZ, DIRECTOR GENERAL DE *SELECT*
NEWLAND POR SU **28 ANIVERSARIO**

GUÍA DE COMPRA

TARJETAS DE VIDEO

LAS TARJETAS DE VIDEO SON UN COMPONENTE IMPORTANTE PARA CUALQUIER COMPUTADORA O LAPTOP, CON EL TIEMPO Y EL AVANCE, SE HAN FABRICADO UNA GAMA EXTENSA, CON PRESTACIONES SUPERIORES PARA LOGRAR UN MEJOR DESEMPEÑO SEGÚN SEA SU CASO DE USO; ENTRE LOS MÁS COMUNES ESTÁN EL GAMING, DISEÑO, CREADORES DE CONTENIDO QUE POR EL PERFORMANCE REQUERIDO LAS PRESTACIONES DEBEN ESTAR ARRIBA DE LA MEDIA.

Autor: **Raúl Ortega**

AMD

Radeon RX 6600

Características: Diseñada con la revolucionaria arquitectura AMD RDNA 2, nació para ofrecer la mejor experiencia de juego en 1080p. Cuenta con 28 unidades de procesamiento y aceleradores de rayos, 32 MB de Infinity Cache, 8 GB de memoria GDDR6 y reloj de juego de hasta 2044 MHz.

Garantía: Dos años.



AMD

Radeon RX 6900 XT

Características: Potenciada con la arquitectura AMD RDNA 2 y equipada con 80 potentes unidades de procesamiento mejoradas, 128MB de la flamante tecnología AMD Infinity Cache y 16GB de memoria GDDR6 dedicada, está diseñada para alcanzar velocidades de cuadros ultra altas y jugar en 4K con una calidad deslumbrante.

Garantía: Dos años.



GUÍA DE COMPRA

Asus

ROG-STRIX-RTX3090- O24G-EVA

Características: Equipada con una gran variedad de funciones que mejoran el rendimiento. Las señales estéticas de EVA-01 cubren la cubierta y la placa posterior, y el icónico efecto de sincronización se muestra en el panel ARGB frontal.

Garantía: Tres años.



Asus

TUF-RTX3070TI- O8G-GAMING

Características: Diseño mejorado GDDR6X de 12 GB con un rendimiento térmico de primer nivel con diseño de ventiladores Axial-tech, baleros de ventilador de bola doble, capacitores de grado militar y otros componentes TUF que mejoran la durabilidad y rendimiento. Nuevo GPU Tweak III para ajustar rendimiento, controles térmicos y supervisión del sistema.

Garantía: Tres años.



GUÍA DE COMPRA

Gigabyte

AORUS GeForce RTX 3070 Ti MASTER 8G

Características: Desempeño a resoluciones 2k, pudiendo jugar en gráficos altos y ultra, cuenta con una memoria de 8GB GDDR6X en una tarjeta con prestaciones premium que incluye una pantalla LCD e iluminación RGB. Mantiene bajas las temperaturas con su sistema de enfriamiento MAX COVERED COOLING, configuración de overclock y silenciosa e indicadores de poder LED en las conexiones de alimentación.

Garantía: Cuatro años.



Gigabyte

RADEON RX 6700 XT EAGLE OC 12G

Características: Para gaming con gráficos altos y ultra, la memoria de 12GB GDDR6 la hace excelente para todo tipo de juegos a resolución 2k, compatible con RGB Fusion 2.0, placa trasera de protección y overclockeada de fábrica con un sistema de enfriamiento WINDFORCE 3X que la hacen una tarjeta con excelentes temperaturas y una buena opción para sacarle el mayor desempeño en cualquier título.

Garantía: Tres años.



GUÍA DE COMPRA

MSi

3080 Ti Gaming X

Características: Arquitectura NVIDIA Ampere, núcleos para trazado de rayos de segunda generación, núcleos Tensor de tercera generación, 12 GB 384-bit GDDR6X, 19 Gbps, PCIE 4.0; boost clock 1665 MHz, iluminación RGB SPECTRA 2.0, refrigeración avanzada IceStorm 2.0, parada de ventilador FREEZE, control de ventilador activo, placa frontal de metal, placa trasera iluminada de metal, 8K ready, compatible con 4 monitores, HDCP 2.3, compatible con realidad virtual, 3 DisplayPort 1.4a, 1 HDMI 2.1, DirectX 12 Ultimate, Vulkan RT API, OpenGL 4.6.

Garantía: Tres años de garantía, cambio físico inmediato.



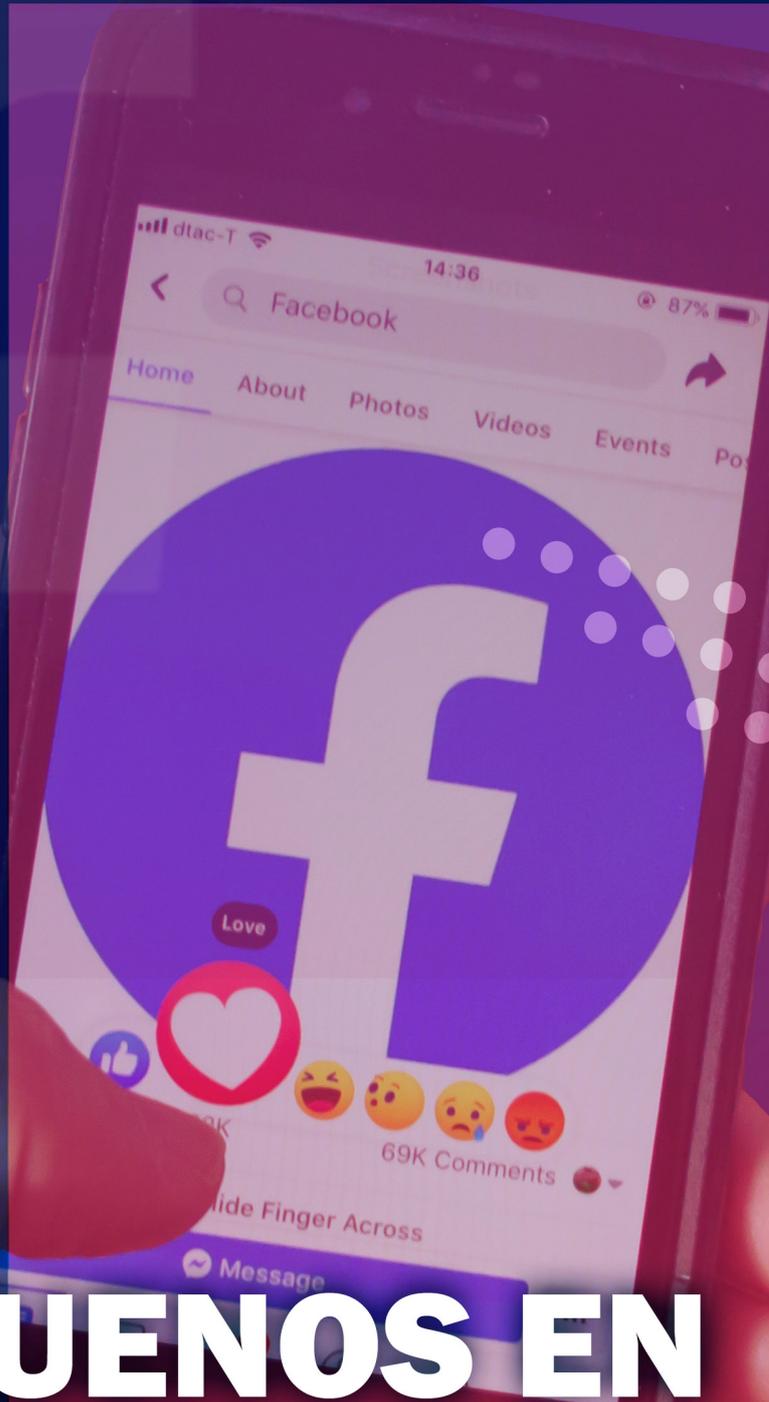
MSi

GeForce RTX 3090 SUPRIM X 24GB

Características: Thermal Padding: Incorpora muchísimos thermalpads para mejorar la disipación del calor de los componentes integrados. Los módulos de memoria reciben el tratamiento privado con su propio heatpipe de espacio cerrado que se ejecuta en un disipador de calor dedicado. El calor de la GPU es capturado inmediatamente por una placa base de cobre niquelado y luego se transfiere rápidamente a una serie de heatpipes. Esta ampliación de los sistemas de transferencia térmica con mecanismos de alta eficiencia, que comienzan en la base mejora la eficiencia general.

Garantía: Tres años de garantía, cambio físico inmediato.





**SÍGUENOS EN
FACEBOOK**

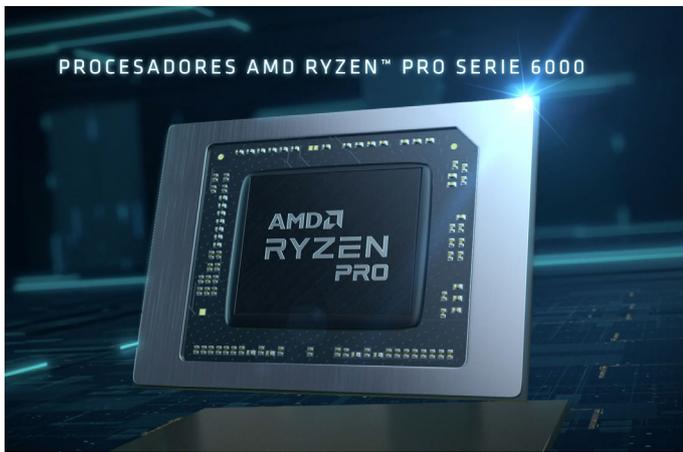
LOS NUEVOS PROCESADORES DE **AMD** IMPULSAN EL CÓMPUTO EMPRESARIAL

Autor: Raúl Ortega

- **LOS PROCESADORES AMD RYZEN PRO SERIE 6000 ESTÁN DISEÑADOS PARA EL TRABAJO HÍBRIDO**
- **LA OPTIMIZACIÓN OPERATIVA DE LOS SISTEMAS TAMBIÉN ASEGURA AHORROS SIGNIFICATIVOS EN ELECTRICIDAD**

Una nueva generación de procesadores para cómputo empresarial, AMD Ryzen Pro Serie 6000, no sólo entregan alto desempeño, rendimiento, seguridad y escalabilidad, además, gracias a su optimización operativa que se combina con la eficiencia energética de los CPUs, logra ahorros significativos en el consumo de electricidad.

El fabricante presentó sus más recientes procesadores AMD Ryzen Pro Serie 6000 que tiene como objetivo ofrecer mejor desempeño, seguridad, rendimiento y escalabilidad para las empresas y los retos devenidos por el trabajo híbrido. "Estamos viendo algunas tendencias en el mercado puesto que, en 2020 fue un año complicado, en 2021 tuvimos que adaptarnos y en la segunda mitad del 2022 y 2023 viene el reacomodo de todo, así como un crecimiento en muchas industrias, por lo que la tecnología juega un papel muy importante": Luis Gerardo García, General Manager en AMD.



buscamos crear soluciones a prueba de futuro, porque temas que antes nos parecían ajenos, como el trabajo híbrido ya son una realidad. Eso es lo que traemos hoy a México con el lanzamiento de los Procesadores AMD Ryzen PRO Serie 6000, una nueva experiencia de rendimiento, practicidad, productividad y confianza”.

El trabajo a distancia es un modelo que permitió a las empresas dar continuidad al negocio, aunque ello también presentó otros retos como contar con la infraestructura y seguridad necesaria para habilitarlo.

“LA TECNOLOGÍA COMO UNA PLATAFORMA CENTRADA EN EMPODERAR A LAS PERSONAS Y EMPRESAS PARA DESARROLLAR SU POTENCIAL CREATIVO Y ESTRATÉGICO, SIN NECESIDAD DE ESTARSE PREOCUPANDO POR EL ASPECTO TÉCNICO. ESTAMOS INAUGURANDO UNA NUEVA ERA PARA EL CÓMPUTO MÓVIL”: HIRAM MONROY.



HIRAM MONROY

“PODEMOS AYUDARLE A LAS EMPRESAS Y A LOS NEGOCIOS A MOVERSE MÁS RÁPIDO HACIA UN MUNDO MÁS DIGITALIZADO, MÁS REMOTO, CON SISTEMAS MÁS AMIGABLES, INTELIGENTES, EFICIENTES Y SOBRE TODO MÁS SEGUROS, POR LO QUE PODEMOS AYUDAR A NUESTROS CLIENTES A ENFRENTAR LOS VENDA VALES DE LA NUEVA ERA DIGITAL, POR LO QUE ESTAMOS IMPLEMENTANDO UNA ESTRATEGIA CON LOS CANALES

Posteriormente, HP se pronunció acerca de sus equipos que integran los nuevos procesadores como herramientas que, permitirán maximizar las capacidades, así lo refirió Raúl Aguilar, Product Manager en HP: “Con el objetivo de llevar nuestras soluciones en cómputo al siguiente nivel, HP siempre busca establecer sinergias de valor con socios de negocio como AMD. Sin duda alguna, es garantía que nuestros productos, en colaboración con la nueva generación de procesadores Ryzen PRO Serie 6000, permitirán a los usuarios aprovechar al máximo sus capacidades con estos potentes CPUs. El trabajo híbrido hoy es una realidad y equipados con la mejor tecnología, la productividad y el rendimiento garantizarán el valor agregado necesario”.



LUIS GERARDO GARCÍA

PARA CONOCER A FONDO LAS PREOCUPACIONES DE LOS CORPORATIVOS SOBRE LA EFICIENCIA TECNOLÓGICA”: LUIS GERARDO GARCÍA.

Posterior a la presentación, AMD invitó a Raúl Aguilar, Product Manager en HP y Carlos San Román, Brand Manager en Lenovo, quienes hablaron sobre los retos, oportunidades y su visión sobre el trabajo remoto y cómo los procesadores incluidos en diversos equipos de ambas marcas pueden ayudar a las empresas. La moderación estuvo a cargo de Hiram Monroy, Sr Manager Comercial Sales en AMD, quien habló sobre los cambios que se han dado en los últimos años, por lo que la apuesta de la empresa es crear soluciones a prueba del futuro, así lo explicó: “El mundo se ha transformado en los últimos años, de eso no hay duda, y la tecnología se ha convertido en un pilar clave de la actualidad. Justo por eso en AMD



RAÚL AGUILAR Y CARLOS SAN ROMÁN

“ESTAMOS MUY ORGULLOSOS DE COLABORAR CON AMD DE LA MANO SU NUEVA GENERACIÓN DE PROCESADORES AMD RYZEN PRO SERIE 6000 PARA BRINDAR EQUIPOS CON ALTA RESOLUCIÓN, SONIDO SUPERIOR Y EXPERIENCIAS OPTIMIZADAS A TRAVÉS DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS USUARIOS”: CARLOS SAN ROMÁN, BRAND MANAGER EN LENOVO.

ESPECIFICACIONES DE LOS NUEVOS AMD RYZEN PRO SERIE 6000:

AMD RYZEN 9 PRO 6950H: Núcleos/hilos 8C/16T, frecuencia base de hasta 4.9 / 3.3 GHz, 12 núcleos gráficos, 45+ TDP (Watts) y arquitectura “Zen 3+”.

AMD RYZEN 9 PRO 6950HS: Núcleos/hilos 8C/16T, frecuencia base de hasta 4.9 / 3.3 GHz, 12 núcleos gráficos, TDP (Watts) 35 y arquitectura “Zen 3+”.

AMD RYZEN 7 PRO 6850H: Núcleos/hilos 8C/16T, frecuencia base de hasta 4.7 / 3.2 GHz, 12 núcleos gráficos, TDP (Watts) 45+ y arquitectura “Zen 3+”.

AMD RYZEN 7 PRO 6850HS: Núcleos/hilos 8C/16T, frecuencia base de hasta 4.7 / 3.2 GHz, 12 núcleos gráficos, TDP (Watts) 35 y arquitectura “Zen 3+”.

AMD RYZEN 7 PRO 6850U: Núcleos/hilos 8C/16T, frecuencia base de hasta 4.7 / 2.7 GHz, 12 núcleos gráficos, TDP (Watts) 15-28 y arquitectura “Zen 3+”.

AMD RYZEN 5 PRO 6650H: Núcleos/hilos 6C/12T, frecuencia base de hasta 4.5 / 3.3 GHz, 6 núcleos gráficos, TDP (Watts) 45+ y arquitectura “Zen 3+”.

AMD RYZEN 5 PRO 6650HS: Núcleos/hilos 6C/12T, frecuencia base de hasta 4.5 / 3.3 GHz, 6 núcleos gráficos, TDP (Watts) 35 y arquitectura “Zen 3+”.

AMD RYZEN 5 PRO 6650U: Núcleos/hilos 6C/12T, frecuencia base de hasta 4.5 / 2.9 GHz, 6 núcleos gráficos, TDP (Watts) 15-28 y arquitectura “Zen 3+”.

La presentación cerró con una ronda de preguntas hacia los panelistas y donde se ahondó en los temas centrales, entre los que se incluyó el futuro de las tecnologías apalancadas desde los nuevos desarrollos como el metaverso; en entrevista para **eSemanal** y al respecto del tema, Eduardo Guadarrama, Sales and Business Development Manager Personal Computing Division en

AMD, compartió: “Tenemos muchos estudios a partir del inicio de la pandemia, a partir de cómo el comportamiento de los usuarios corporativos ha cambiado: las videoconferencias, la interacción por video, el uso de media, por lo que el usuario básico ha dejado de serlo, hacia futuro y con el metaverso, estamos trabajando y con nuestro legado de gráficos también lo estamos trayendo al cómputo personal. Estamos trabajando y contemplando todo lo que viene hacia futuro como el metaverso, RA, IA y más”.

“ESTAMOS ACERCÁNDONOS MÁS A LOS CANALES Y ESTAMOS TRABAJANDO EN UN NUEVO PROGRAMA DE CANALES, LO DAREMOS A CONOCER EN SU MOMENTO Y ESTAMOS TRABAJANDO CON ALGUNOS FABRICANTES, LOS TEMAS DE SUPPLY YA SON PASADOS, POR LO QUE EL CANAL YA PUEDE ENCONTRAR MÁS VOLUMEN DISPONIBLE, DIFERENTES ALTERNATIVAS QUE PODRÁN COMUNICAR A SUS CLIENTES Y SEGURAMENTE LOS CANALES VAN A VER UNA PRESENCIA MÁS FUERTE DE AMD EN LO QUE RESTA DEL AÑO Y POR SUPUESTO, CON UNA APUESTA MUY FUERTE PARA 2023”: EDUARDO GUADARRAMA.



EDUARDO GUADARRAMA

ZEBRA TECHNOLOGIES

ANUNCIA LA RENOVACIÓN DE SU PROGRAMA DE ENTRENAMIENTO INTERACTIVO PARA CANALES

- **LA RUTA A LA CIMA, PLATAFORMA INTERACTIVA DISPONIBLE PARA TODOS LOS SOCIOS DE LATINOAMÉRICA.**

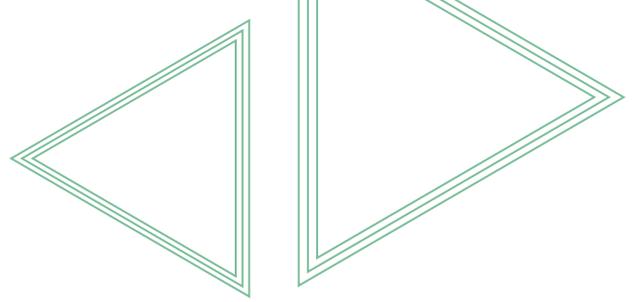
Redacción **eSemanal**

**E**

l año pasado, Zebra Technologies presentó su programa de entrenamiento interactivo bajo demanda La Ruta del Conocimiento y hoy, respondiendo a la solicitud de sus socios y con el compromiso de continuar fortaleciendo el desarrollo y crecimiento de sus canales, da la bienvenida a 'La Ruta a la Cima'.

En un comunicado, la compañía indicó que se encuentra enfocada en impulsar al canal, por lo que con esta plataforma busca dar continuidad al entrenamiento que en los últimos meses fue aceptado con entusiasmo por sus socios. En esta ocasión, el contenido se orienta en el perfeccionamiento de habilidades comerciales y también en la venta de soluciones para empresas medianas.

La marca mencionó que más del 99% de las empresas en América Latina son PyMES, convirtiendo a los emprendimientos en un motor indispensable para la economía de la región, es por esto que se dio a la tarea de identificar las áreas de oportunidad del sector y las formas en las que la tecnología puede ayudarlos a crecer en un entorno tan cambiante como el actual. Con esto en mente, los cursos de La Ruta a la Cima contienen tópicos relacionados con la visibilidad de inventarios, incremento de productividad y mejora en la atención al cliente para que los canales sean capaces de presentar a las compañías de estos tamaños un panorama más claro en cuanto a las herramientas tecnológicas disponibles para ellos.



Además de propiciar la especialización en las soluciones de Zebra, el entrenamiento también se enfoca en capacitar a los canales en venta consultiva, negociación y marca personal de la mano de instructores invitados como David Gómez, entrenador en habilidades de venta; Julián “Gaita” González, TED Speaker y experto en administración y negociación; y Borja Castelar, formador de equipos de ventas e instructor oficial de LinkedIn Learning.

“Esta colaboración de nuestro equipo de ingeniería y ventas con figuras externas, acelerará el proceso de los socios para alcanzar sus metas de crecimiento ya que son vendedores entrenando a vendedores, hablándoles el mismo idioma”: **Maria Camila García, Gerente de Marketing de Distribución para Zebra Technologies en Latinoamérica.**



El programa continúa siendo flexible lo que permite a los participantes terminarlo a su propio ritmo y se encuentra disponible para que lo tomen en el momento que más les convenga. Cuenta con videos cortos, actividades interactivas para retar los conocimientos de cada participante y medallas al final de cada logro y que pueden compartirse en redes sociales.

Todo el programa está disponible en español y portugués, con contenidos desarrollados especialmente para el mercado de Latinoamérica. Se premiará a los participantes por el avance en el programa que además de fortalecer sus Habilidades Comerciales los guía para maximizar el valor de cada oportunidad de negocio.

CHECK POINT RESEARCH: ATAQUES DE RANSOMWARE HAN AUMENTADO 59% CON RESPECTO AL 2021

Redacción **eSemanal**

• **LOS MINORISTAS Y EL SECTOR MAYORISTA SUFREN EL MAYOR AUMENTO DE RANSOMWARE, CON UN ALARMANTE 182%**

• **EL SECTOR GUBERNAMENTAL/ MILITAR REPORTA UN ASOMBROSO INCREMENTO DEL 135%, ALCANZANDO UNA PROPORCIÓN DE 1 DE CADA 24 COMPAÑÍAS IMPACTADAS POR RANSOMWARE SEMANALMENTE**

• **EL SECTOR DE LA EDUCACIÓN/ INVESTIGACIÓN SE HA CONVERTIDO EN LA INDUSTRIA MÁS ATACADA A NIVEL MUNDIAL, ABSORBIENDO UNA MEDIA DE MÁS DE 2.300 ATAQUES POR ORGANIZACIÓN CADA SEMANA, LO QUE MARCA UN AUMENTO DEL 53% EN COMPARACIÓN CON EL SEGUNDO TRIMESTRE DE 2021**

Check Point publicó nuevos datos sobre las tendencias de los ciberataques en los últimos meses. El nuevo informe muestra que la media semanal global de organizaciones impactadas por ransomware alcanza ahora 1 de cada 40, lo que supone un aumento del 59% interanual (1 de cada 64 compañías en el segundo trimestre de 2021).

En el segundo trimestre de 2022 se produjo un pico histórico, donde los ciberataques globales aumentaron un 32%, en comparación con el segundo trimestre de 2021. La media de ataques semanales por organización en todo el mundo alcanzó un máximo de 1.200 amenazas. La industria más atacada en el segundo trimestre de 2022 fue el sector de la educación/investigación, mientras que África vio el mayor volumen de ataques alcanzando el máximo de 1.700 impactos de media por compañía.

Cifras de ransomware por región

Las regiones en las que se producen más ciberataques son:

-**África:** la media semanal de organizaciones impactadas es de 1 de cada 21 - un aumento del 21% interanual (1 de cada 25 empresas en el segundo trimestre de 2021)

-**Europa:** la media semanal de compañías afectadas es de 1 de cada 66, lo que representa un descenso del 1% interanual (1 de cada 65 en el segundo trimestre de 2021).

-**América del Norte:** la media semanal de entidades que han sufrido daños es de 1 de cada 108, lo que supone un ligero aumento del 1% interanual (1 de cada 109 firmas en el segundo trimestre de 2021).

-**ANZ:** la media semanal de empresas perjudicadas es de 1 de 113, lo que supone un ascenso del 18% interanual (1 de 133 en el segundo trimestre de 2021).

América Latina ha experimentado el mayor aumento de los ataques, con 1 de cada 23 organizaciones impactadas semanalmente, lo que supone un aumento del 43% interanual, en comparación con 1 de cada 33 en el segundo trimestre de 2021, seguida de la región de Asia, que ha experimentado un aumento del 33% interanual, alcanzando 1 de cada 17 empresas impactadas de forma semanal.

Ransomware por sectores

Los minoristas y el sector mayorista experimentaron el mayor aumento de los ataques de ransomware, con un alarmante incremento del 182%, en comparación con el mismo período del año pasado, seguido por el sector de los distribuidores, que han registrado un alza del 143% y, por último, el sector gubernamental/militar, que ha presentado un asombroso aumento del 135%, alcanzando una proporción de 1 de cada 24 organizaciones afectadas por el ransomware semanalmente.



Industria	Empresas afectadas semanalmente	Variación interanual
Gobierno/Militar	1 de cada 24	+135%
Educación/Investigación	1 de cada 30	+83%
Sanidad	1 de cada 31	+47%
ISP/MSP	1 de cada 37	+9%
Finanzas/Banca	1 de cada 41	+42%
Comunicaciones	1 de cada 46	+59%
SI/VAR/Distribuidor	1 de cada 47	+143%
Fabricación	1 de cada 48	+60%
Comercio minorista/mayorista	1 de cada 53	+182%
Servicios públicos	1 de cada 59	+11%
Transporte	1 de cada 70	+28%
Proveedor de software	1 de cada 74	-34%
Ocio/Hostelería	1 de cada 77	+24%
Proveedor de hardware	1 de cada 78	+48%
Seguros/jurídico	1 de cada 81	+1%
Consultor	1 de cada 87	-17%



JONATHAN TORNELL

“EL EVENTO ESTÁ PENSADO PARA DAR A CONOCER LOS EQUIPOS, QUE ESTÁN EN CUATRO FORMATOS, DESDE EQUIPOS DE ENTRADA QUE SON LA LÍNEA TUF, IDEALES PARA PERSONAS QUE BUSCAN COMBINAR LAS CUALIDADES DE UNA LAPTOP, PERO TAMBIÉN QUIEREN JUGAR, DESPUÉS TENEMOS LA ROG STRIX SCAR 17, CON PROCESADORES INTEL CORE I9 DE 12ª GENERACIÓN, IDEAL PARA PERSONAS QUE BUSCAN MÁS PODER EN SUS PARTIDAS Y ROG FLOW Z13, UN EQUIPO 2 EN 1, QUE SE PUEDE USAR COMO TABLETA, CON PROCESADORES INTEL CORE I9 DE 12ª GENERACIÓN”: JONATHAN TORNELL, GERENTE DE PRODUCTO PARA CONSUMO PARA ASUS MÉXICO.

Está por comenzar la segunda mitad del 2022 y con ello, diversas temporadas que prometen altas ventas, como: Back to School, Black Friday y El Buen Fin, razón de sobra para que los canales estén actualizados y con inventario disponible de los más recientes productos relacionados con Gaming y que la marca está lanzando, al respecto, el Gerente de producto para consumo para Asus México, compartió: “En Gaming siempre es muy importante las actualizaciones, ya que el usuario siempre busca mayor rendimiento, mayor velocidad, mayores gráficos y con la última generación (12ª), esto permite que los juegos, independientemente de su tamaño y peso, se puedan cargar más rápido, lo que termina por ser de gran ayuda para el usuario”.

“EL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO NOS FUE MUY BIEN, Y SE HA VENIDO RECUPERANDO POCO A POCO, DEBIDO A LA ESCASEZ QUE EXISTIÓ EN EL MERCADO, PERO AHORA VEMOS QUE EL GAMING CADA VEZ MÁS SE MASIFICA, Y ESTÁ PASANDO DE ALGUNOS NICHOS A SER UN GAMING QUE SE ABRE A TODO Y TODOS; ADICIONALMENTE NOS ESTAMOS PREPARANDO PARA LAS TEMPORADAS BACK TO SCHOOL, BLACK FRIDAY Y EL BUEN FIN”: JONATHAN TORNELL.

Cabe resaltar que los equipos ROG Flow Z13, ROG Strix Scar 17, TUF Dash F15 y TUF Gaming F15, ya se encuentran disponibles en México y los canales los pueden solicitar con los mayoristas: CVA, CT Internacional, Ingram Micro y Exel del Norte, asimismo, el Gerente de producto para consumo para Asus México, comentó que, pese a los problemas de desabasto, la marca ya se encuentra con supply suficiente para hacer frente a la demanda de productos que el mercado solicite.



INFLACIÓN Y REGRESO A CLASES: 4 CONSEJOS DE **ADOBE** PARA QUE LOS **RETAILERS** NO PIERDAN VENTAS

- **EL ÍNDICE DIGITAL DE PRECIOS DE ADOBE MOSTRÓ QUE LOS PRODUCTOS DE OFICINA TUVIERON UN AUMENTO DEL 4.88% EN JUNIO RESPECTO AL MISMO MES DE 2021.**
- **APOSTAR POR LA OMNICANALIDAD, INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y MEDIOS DE PAGO ALTERNATIVOS PODRÍAN AUMENTAR LAS OPORTUNIDADES DE VENTAS DE LOS RETAILERS**
- **CRECE LA PREFERENCIA POR BNLP Y BOPIS ENTRE LOS CONSUMIDORES**

Redacción **eSemanal**

Con los movimientos telúricos que está teniendo la economía mundial, las prioridades de los padres están cambiando, y hacer compras inteligentes será una de ellas en este regreso a clases.

El último reporte de NPD México indica que los precios de algunos productos básicos como las plumas y plumones han subido en los últimos tres años; y según la Asociación Nacional de Fabricantes de Artículos Escolares y de Oficinas (ANFAEO), este año los artículos de papelería presentan incrementos de entre el 15% y el 40% en comparación con 2019.

“El Índice Digital de Precios de Adobe muestra que en el mes de junio los productos de oficina tuvieron un aumento del 4.88% en comparación con junio de 2021, y no se prevé una disminución en el precio para

este regreso, lo cual requiere de los retailers pensar creativamente en estrategias que les ayuden a mantener la fidelidad de sus clientes y sostener ventas”, dijo Daniel del Palacio, Director de Marketing DX para América Latina.

Ante este panorama, los negocios deberán ofrecer a los consumidores más valor por su dinero. Para lograrlo, Adobe recomienda tres cosas:

– **Apostar por la Omnicanalidad.** Los retailers tienen que convertir todos sus puntos de contacto en un punto de venta administrable y consistente que facilite a los clientes tomar una decisión de compra asertiva. AMVO reportó que 37% de las empresas participantes utilizaron estrategias omnicanal durante Hot Sale 2022, mientras que el 92% de los usuarios combinaron el canal físico y digital para realizar sus compras.

Además, los consumidores están mostrando tres comportamientos que los retailers deben tomar en cuenta:

-Bommerooming: El 39% investigan productos en línea, visitan las tiendas físicas para ver el producto en persona y compran por internet.

-Webrooming: El 30% investigan un producto en línea para comprarlo en tiendas físicas.

-Showrooming: El 33% ve el producto en tiendas físicas y más adelante lo compra en línea.

-Inteligencia artificial y aprendizaje automático. Las soluciones de IA analizan en tiempo real información relacionada con los clientes, por ejemplo su historial de compras, ubicación o método de pago, para hacer recomendaciones a la medida y lograr mayores ventas. Por ejemplo, si un adulto adquiere una mochila para un niño de primaria, la tienda en línea puede recomendarle una lonchera con un diseño similar, una lapicera o cuadernos del tamaño perfecto para esa mochila.

Al invertir en plataformas que integren inteligencia artificial y machine learning se le ofrece al cliente una experiencia personalizada, eficiente y unificada, que facilitará su regreso y lo convertirá en un cliente cautivo.

-Métodos de pago. La diversificación de los métodos de pago es clave para que los retailers aumenten sus ingresos. Los comercios deben estar dispuestos a aceptar pagos con tarjetas de crédito y débito (tradicionales y digitales), pagos por medio de depósitos en tiendas, carteras digitales y más.

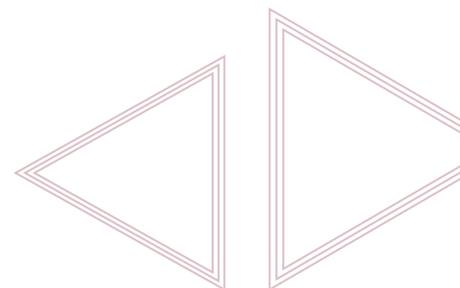
Además, se espera que “Compre ahora y pague después” o Buy Now Pay Later continúe creciendo el resto del año. De acuerdo con el Índice de Economía Digital de Adobe en julio, BNPL aumentó un 13% durante el Prime Day vs 2021. Además, el valor promedio de los pedidos con BNPL aumentó un 12%. Para los minoristas que ofrecen modalidades como “Comprar en línea, recoger en la tienda” (BOPIS), hubo un aumento del 20% en la conversión en comparación con un día promedio de junio. Lo cual podría facilitar las ventas en este regreso a clases.

Por su parte, AMVO reportó que BNPL superó las búsquedas de MSI (Meses sin intereses) durante Hot Sale 2022. Por esta razón, los retailers deberían considerar más opciones para potencializar las oportunidades de ventas.

-Conveniencia y experiencia.

Los retailers tendrán que agregar valor a los clientes, ya sea a través de experiencias o adicionar un servicio como forrar cuadernos, etiquetarlos o personalizarlos para ofrecer un diferenciador que sea conveniente y memorable.

Este regreso a clases puede ser una gran oportunidad para que los retailers aumenten sus ingresos, siempre y cuando planifiquen bien su estrategia de ventas y experiencia del cliente.





**SÍGUENOS EN
YOUTUBE**

/eSemanal Periodismo del Canal TIC

SureColor P8570D de

Epson

Impresora para grandes volúmenes de fotografías, laboratorios fotográficos minoristas, carteles y producción de arte gráfico. Descripción De 44" y doble rollo. Con cabezal de impresión PrecisionCore MicroTFP de 2.64" y las tintas pigmentadas UltraChrome PRO6 de seis colores. Diseño compacto.

Características

- Imprime en rollos, fotografías, artes plásticas, lienzos y cartulinas rígidas de hasta 1.5 mm de grosor
- Panel de control configurable con pantalla táctil de 4.3"
- Calidad de imagen destacada con seis colores
- Motor de impresión integrado de Adobe
- Opciones de conectividad SuperSpeed USB 3.0, Gigabit Ethernet o Wi-Fi (2.4 GHz y 5 GHz)
- Más de 28 funciones de seguridad

contactame@esemanal.mx



Mini PC de **GHIA**

Equipo de cómputo de dimensiones reducidas para puntos de venta, trabajo escolar y terminales tipo thin client. Con SO Windows 11 PRO X64 y procesador Intel Celeron Gemini Lake N4020 (1.10 GHZ / 2.80 GHZ).

Descripción

Dimensiones 173.4 mm X 134 mm X 36.5 mm con un peso de 0.485 kg. Alimentación 100V CA - 240V CA 50HZ / 60HZ y salida de 12 V CC 2.0 A.

Características

- Memoria RAM 4 GB LPDDR4, almacenamiento de 128 GB EMMC
- Bahía para HDD 2.5 (6.35 CM)
- WiFi 802.11 B/G/N/AC (doble banda 2.4Y 5 GHZ)
- Bluetooth 5.0
- Puerto ethernet RJ45 10/100/1 000 MPBS, HDMI
- Lector de tarjetas micro SD (SDHC/SDXC)
- 2 X USB 3.0 GEN1 tipo A, 2 X USB 2.0, 1 X USB 3.1 GEN1 tipo C
- Puerto 3.5MM para auriculares/micrófono
- Garantía de un año

Disponibilidad

Grupo CVA e Ingram Micro.

amontalvo@ghia.com.mx



Tune 660NC de **JBL**

Audífonos inalámbricos con cancelación de ruido activa. Gracias al sistema Fast Pair de Google se conectan con dispositivos Android. Integran botones para controlar el sonido y las llamadas.

Descripción

Diseño de diadema con almohadillas cómodas para los oídos, son ligeros y plegables para transportarlos.

Características

- Bluetooth 5.0
- Batería de hasta 44 horas con cancelación de ruido activa
- Hasta 55 horas de batería con Bluetooth
- Dos horas de batería con una carga de cinco minutos
- Incluyen cable para escucha alámbrica

contactame@esemanal.mx



One:Quick Works (modelo 55CT5WJ) de **LG Electronics**

Pantalla de videoconferencia 4K UHD de 55", es una herramienta de productividad integral para una variedad de entornos de trabajo, como una sala de juntas.

Descripción

Basada en la plataforma Windows y compatible con una amplia biblioteca de aplicaciones de videoconferencia y herramientas de colaboración.

Características

- Solución todo en uno
- Cuenta con PC Windows
- Su micrófono captura voces hasta seis metros de distancia
- Cámara 4K UHD de resolución 3,840 x 2,160 rastrea y enfoca automáticamente al individuo que habla
- Ofrece funciones de administración y controles fáciles de usar

contactame@esemanal.mx



Neo QLED 4K QN90B de **Samsung**

Gaming TVs de 43" y 50", con AMD FreeSync Premium Pro, que se traduce en una mejor sincronización de los juegos, sin trabas ni imágenes partidas; al igual que gráficos de alto rango dinámico y baja latencia.

Descripción

Cuenta con Motion Xcelerator Turbo Pro, que alcanza un refresh rate de hasta 144 Hz en 4K, para una acción fluida, sin lag ni desenfoque.

Características

- Procesador Neo Quantum 4K que optimiza las condiciones de visualización
- 4K AI Upscaling garantiza resolución 4K completa
- Cuatro puertos HDMI 2.1
- Pantalla antirreflejante
- Quantum HDR 32x para colores enriquecidos
- Mapeo dinámico de tonos de HDR10+ cambia el color y el contraste

contactame@esemanal.mx



T50 de **WIKO**

Smartphone con pantalla sin bordes de 6.6", resolución de 2400 x 1080 píxeles y 16.7 millones de colores. Ofrece escuchar hasta 53 horas de música, ver 20 horas de películas, 14 horas de navegación en la web, 9 horas de videos u 8 horas de juegos.

Descripción

Integra cámara trasera triple de alta resolución con AI de 64 megapíxeles y apertura amplia de f/1.9 que permite el paso de más luz. Cuenta con sensor de 1/1.7 pulgadas que captura imágenes de alta resolución de 9216 x 6912, y un zoom digital de hasta 5x.

Características

- Batería de 4000mAh
- Carga rápida de 40W capaz de energizar al 65% en 30 min
- Cámara delantera de 16 megapíxeles
- Almacenamiento de 128 GB
- Disponible en verde agua, rosa y negro

contactame@esemanal.mx



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





eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES



•Estrategías comerciales

•Soluciones de comunicación

•Oportunidades de negocio

www.esemanal.mx ventas@esemanal.mx