

21 de Noviembre 2022 · Año 31 | No. 1502

3
DÉCADAS

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

REPORTAJE
Videoconferencia
mercado con valor de
260 mdd

GUÍA DE COMPRA
Monitores para Gaming

MAPS DISRUPTIVO
IT Solutions Day 2022

Koblenz

Muestra su poder para hacer

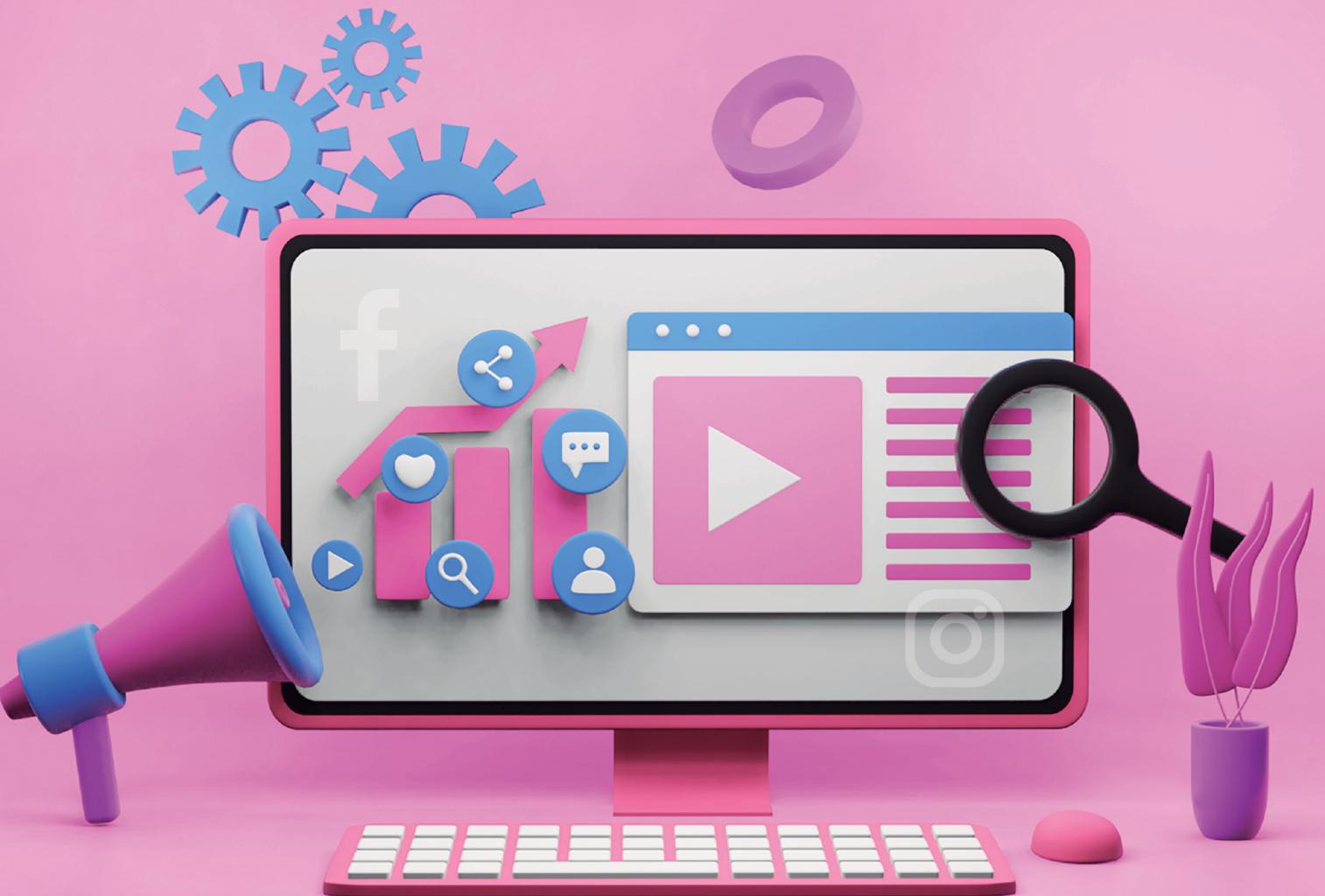
negocio



eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES



- Estrategías comerciales
- Soluciones de comunicación
- Oportunidades de negocio

www.esemanal.mx ventas@esemanal.mx

EL NEGOCIO DE VIDEOCONFERENCIA CON VALOR DE MERCADO DE 260 MDD EN MÉXICO



• Álvaro Barriga

Expertos en soluciones de videoconferencia, indicaron que el mercado en México tiene un valor de aproximadamente 260 millones de dólares, contrario a lo que decían los pronósticos de que las herramientas digitales no seguirían creciendo con el levantamiento de las medidas sanitarias. En esta edición, el equipo editorial de **eSemanal** conversó con los directores de Jabra, Betzabeth Romero; GoTo, Mariano León y del mayorista especializado TEAM, Miguel Ruiz, quienes hablaron de los nuevos desafíos en el mercado de videoconferencia, como el crear experiencias satisfactorias para los clientes, ya que existe una demanda generalizada para implementar soluciones que permitan ver y escuchar de manera nítida, sin cortes; pero también de crear vínculos reales a través de herramientas tecnológicas que lleven a los trabajadores a conocer y promover los valores de las empresas en las que laboran. Para ello, el canal es el medio ideal para acercar soluciones de videoconferencia que ayuden a los clientes a ser más productivos, por lo que recomiendan a los integradores entender las necesidades reales de sus clientes para identificar las necesidades reales y hacer una propuesta de valor, ya que las soluciones de videoconferencia pueden ser una puerta de entrada para la integración de otros servicios que acompañan su funcionamiento.

Cabe mencionar que el número de salas pequeñas creció del 10 al 45% en promedio, mientras que las medianas del 10 al 25%. En México, la industria de la videoconferencia está valuada en 260 millones de dólares con un crecimiento anual del 19%.

En la portada de esta semana, presentamos una entrevista con José Zimbrón, Vicepresidente Comercial Corporativo para Koblenz Eléctrica, quien habló de la evolución de la compañía mexicana y su posicionamiento en el canal de distribución, a quienes ofrece una oferta amplia con productos de energía que van desde reguladores hasta UPS empresariales. Además explicó que al ser una marca local, conocen a profundidad el mercado nacional, así como el voltaje, suministro y variación eléctrica del país.

Koblenz dispone de alrededor de 200 centros de servicio en el país para brindar servicios de garantía y refacciones, también cuenta con la certificación ISO 9000, lo que garantiza la calidad de sus equipos. El catálogo de la marca se encuentra disponible con los mayoristas: CT Internacional, CVA, Daisytek, Exel del Norte, Grupo Loma, Ingram Micro, PCH Mayoreo y Unicom.

El pasado 9 de noviembre, MAPS Disruptivo llevó a cabo su IT Solutions Day 2022, evento que congregó a 24 marcas que componen el portafolio especializado en seguridad del mayorista, ahí se mostró el músculo de negocio para el canal en cuanto al tema. Por su parte Luis Bado, Director de Operaciones y Hugo Giusti, Director Comercial en la compañía, explicaron que se trató de una buena oportunidad para que sus canales llevaran a sus clientes a conocer la oferta completa.

Ayer inició el Mundial de Fútbol Qatar 2022, justa deportiva a la que asisten una gran cantidad de aficionados mexicanos que forman parte de nuestra industria, que apoyarán a la Selección Mexicana y a quienes les deseamos vivan una gran experiencia.

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

PORTADA

7 KOBLENZ: Un portafolio de oportunidades y ganancias a doble dígito para el canal



12 MI CUMPLE ESEMANAL

REPORTAJE

13 SOLUCIONES DE VIDEOCONFERENCIA: un mercado de 260 millones de dólares y una oportunidad para el canal



REPORTAJE

GUÍA DE COMPRA

23 MONITORES PARA GAMING



GUÍA DE COMPRA

FABRICANTES

34 VERBATIM fortalece su oferta para el sector gaming y celebra el primer aniversario de la tienda de PC Loca



VERBATIM

36 INTEL CLOUD DAY presenta el avance y las oportunidades de los sistemas de nube

38 CANISOFT: Alrededor del 90% de las MiPyMEs no trabajan con la nueva facturación 4.0

40 LENOVO anuncia el lanzamiento de la nueva ThinkPad X13s



LENOVO

MAYORISTAS

42 IT SOLUTIONS DAY 2022:

Tendencias y soluciones en ciberseguridad con oportunidades para el canal



MAPS

DESARROLLADORES

55 NUVETO, en alianza con Five9, anuncio el inicio de sus operaciones en México



PRODUCTOS

57 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 Karime Vázquez 55 5090-2046 karime.vazquez@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

Koblenz: Un portafolio de oportunidades y ganancias a doble dígito para el canal

- **LOS UPS 7516 Y 5516, LAS JOYAS DE LA CORONA EN EL PORTAFOLIO DEL FABRICANTE**
- **EQUIPOS MÉDICOS, VIDEOVIGILANCIA, ENTRETENIMIENTO, IMPRESORAS, CAJEROS AUTOMÁTICOS, CAJAS REGISTRADORAS, ESCÁNER DE AUTOSERVICIO Y PANTALLAS, ALGUNAS VERTICALES Y EQUIPOS QUE REPRESENTAN MAYOR DEMANDA DE NO BREAKS DE KOBLENZ**
- **LOS PRODUCTOS DE LA MARCA SON UNA PÓLIZA DE GARANTÍA PARA LOS EQUIPOS ELÉCTRICOS**

Autor: Raúl Ortega



Koblenz





Con más de 60 años de experiencia y conocimiento del mercado, Koblenz se ha ganado un lugar como una de las compañías más relevantes debido a la calidad de sus productos y la sinergia que prioriza con sus canales y socios de negocio.

La trayectoria e historia de la marca comenzó en el año de 1959 y desde entonces su evolución ha sido una de sus características principales, ya que, si bien siempre se le reconoció como un fabricante de No Break y comenzó vendiendo de forma directa, la calidad de sus productos y la alta demanda, los llevaron a implementar una estrategia que incluyera a los canales, lo que no sólo les permitiría mayor alcance, sino mejores ventas y desde luego un posicionamiento de la marca.

Las oportunidades durante el confinamiento

Durante los tiempos complicados de la crisis sanitaria y las afectaciones que tuvo la economía a partir de esto, Koblenz logró capitalizar la oportunidad que significó el hecho de que las personas debían trabajar, estudiar e incluso, entretenerse desde casa, por lo que la protección de información y de los equipos conectados al suministro eléctrico se convirtió en una necesidad que se logró gracias a los productos del fabricante. Es de señalar que el trabajo conjunto del fabricante y los canales permitió que durante el confinamiento Koblenz consiguiera capitalizar las oportunidades derivadas de la alta demanda y reconoció que desde 2013, momento en el que comenzaron a trabajar apalancados de mayoristas y canales, el negocio ha tomado un rumbo diferente para bien de toda la cadena de distribución.

“Desde 2013 comenzamos a trabajar formalmente con los canales, nos dimos cuenta que es un mercado importante y muy grande, ya que la tecnología en el mundo y México requiere de proteger todo el tipo de equipos que sirven para trabajar o divertirse, protegiendo desde televisores, computadoras, cajeros automáticos, cajas registradoras, escáner de los autoservicios, equipos médicos y todo tipo de tecnología que tenemos y encontramos en todas partes”: José Zimbrón, Vicepresidente Comercial Corporativo para Koblenz Eléctrica.



La visión del líder

José Zimbrón, Vicepresidente Comercial Corporativo para Koblenz Eléctrica, se unió a la compañía en el año 2010 y gracias a sus conocimientos profundos del mercado mexicano, así como de la cadena de distribución, logró confeccionar una estrategia que tuviera como eje central a los canales y mayoristas para ampliar su presencia en el territorio nacional, aunado a su visión como Licenciado en Administración de Empresas y con un Posgrado en Desarrollo Organizacional, ha encauzado a Koblenz en un proceso de crecimiento que hasta la fecha continúa cosechando frutos.

Con mira de altura Koblenz supo reconocer el momento preciso para cambiar su modelo comercial y enfocarlo a canales, pues de ahí en adelante los éxitos y crecimiento de la empresa llegaron en cascada; en entrevista para **eSemanal**, José Zimbrón compartió que de 2013 a 2021 la compañía creció cinco veces y se consolidó como líder con una participación de cerca del 70% en el retail.

En 2021 gran parte del éxito que el fabricante consiguió se debió a que lanzaron dos modelos que revolucionaron el mundo del respaldo eléctrico, el modelo 7516 y 5516, los cuales rápidamente tuvieron una favorable aceptación en el mercado, no sólo por sus características de vanguardia, sino por su versatilidad, ya que eran usados en equipos de cómputo hasta gaming.

Equipos All In One que apuntalan nuevos negocios:

- **7516 y 5516:** Nivel y precio competitivo. No break Interactivo, onda cuasisenoidal, ideal para módems de internet, computadoras, pantallas y videojuegos. Capacidad 550 VA / 330 Watts, 6 contactos (4 con respaldo y 2 con supresor), hasta 75 minutos de respaldo con una AIO. Regulador de voltaje Koblenz integrado, protección en supresión de picos (320 Joules), puerto USB de comunicación (Incluye cable y CD), 4 Led indicadores (encendido; en batería; falla; carga de batería) y gabinete de plástico en color negro.

Es importante puntualizar que estos equipos tienen un respaldo de hasta 75 minutos, aunque con baterías conectadas en racks ese tiempo fácilmente se podría multiplicar, al respecto el Vicepresidente Comercial Corporativo para Koblenz Eléctrica, aseguró: "Los equipos 7516 y 5516 han sido y son un bastión en estos últimos dos años para nosotros y lo van a seguir siendo de aquí en adelante".

Cobertura y alcances

La decisión de Koblenz de trabajar en mancuerna con canales y mayoristas impulsó las oportunidades hacia ambos lados de la cadena, por un lado, para el fabricante fungieron como un brazo extendido gracias a su presencia y logística en todo el país al tiempo que, a ellos les ofrecía robustecer sus portafolios con nuevos productos de alta calidad y ganancias que en muchos casos estaban por arriba del estándar.

Así bien, con una variedad de productos sumamente amplia, los canales están en posibilidad de conocer todo el abanico de oportunidades que Koblenz ofrece desde sus mayoristas autorizados: Exel del Norte, Unicom, Grupo Loma, Daisytek, CT Internacional, Grupo CVA, Ingram Micro y PCH Mayoreo.

Además de apoyar e impulsar los negocios de sus partners, los equipos que la empresa oferta tienen cabida, demanda y oportunidades en diversas verticales de mercado y para muestra un botón, los proyectos en los que se han solicitado sus equipos incluyen a dependencias como: Comisión Federal de Electricidad (CFE), Procter and Gamble, Poliflex, Caminos y Puentes Federales (CAPUFE), Tecnológico de Monterrey, Carl's Jr, Universidad Latinoamericana, Telmex, Banco del Bienestar, PGJ del Estado de México y grandes hospitales.

“Desde 2013 a 2021 crecimos cinco veces, y logramos un pico y una facturación impresionante, donde vendimos casi 200 mil No Break a través de los canales. Con Koblenz los canales pueden obtener ganancias de hasta doble dígito ya que nuestros precios son sumamente competitivos”: José Zimbrón.

No se debe perder de vista que la estrategia del fabricante descansa en sus entrenamientos que ofrece a los canales con capacitaciones y certificaciones, estas últimas le proporcionan la ventaja de capitalizar la puesta en marcha de equipos de 6 kVAs en adelante, además de contar con la asistencia y ayuda de un ingeniero especializado de Koblenz.

Cierre de 2022 y una mirada al futuro del 2023

Sin lugar a duda el 2022 ha sido un buen año para Koblenz, aunque la compañía compartió que durante los años de pandemia se vieron afectados por el desabasto y el encarecimiento de contenedores, no obstante, la planeación, la búsqueda de nuevos mercados, pero sobre todo el trabajo y compromiso les abrió oportunidades que cubrían necesidades de Home Office o Home School, lo que también una vez retomadas las actividades casi de manera normal, la demanda empieza a regularse.

Otro factor importante para el cierre de 2022 y que sucede anualmente, es la temporada de lluvias y los frentes fríos, pues los cortes de energía o bien, el uso de equipos como calefactores aumenta considerablemente, por lo que contar con un UPS resulta ser una póliza de garantía para los aparatos eléctricos.

Asimismo, el sector gobierno ha estado ejerciendo considerablemente el presupuesto anual en áreas de primera necesidad como salud, dando lugar a negocios importantes para los canales, mayoristas y Koblenz.

“Se dieron muchas licitaciones del gobierno y de manera importante en el sector salud, tuvimos algunas oportunidades de crecer ahí, por lo que, en un 2022 nos planteamos por lo menos tener un crecimiento igual al de 2021”: José Zimbrón.

Finalmente, aunque no menos importante, el directivo comentó que la visión de la compañía tuvo a bien identificar las oportunidades que permitieron contar suficiente stock y asimismo, apuntalarlo como un valor agregado de la compañía, con capacitaciones y certificaciones que impulsó con sus partners.



JOSÉ ZIMBRÓN

Valores agregados que ofrece la marca:

- Productos con garantía de entre tres y siete años.
- Al ser una empresa mexicana cuenta con un conocimiento profundo del mercado nacional, así como el voltaje, suministro y variación eléctrica del país, lo cual es el punto de partida para el diseño y fabricación de sus productos.
- Cuentan con alrededor de 200 centros de servicio a nivel nacional (servicios de garantía y refacciones).
- La marca ha logrado prestigio y colocación en el mercado nacional.
- Posee la certificación ISO 9000 lo que garantiza la calidad de sus equipos.
- En el caso de sus partners, acerca capacitaciones y certificaciones para especializarlos y maximizar sus oportunidades de negocio.
- Ofrece personal especializado (ingenieros) o ejecutivo de Sell Out en giras y exposiciones para generación de demanda y ayuda en el cierre de proyectos para sus socios.
- La marca recibe menos del 0.5% de solicitudes para ejercer una garantía debido a la alta calidad de sus productos.

Finalmente, José Zimbrón habló sobre la importancia, el compromiso y los desafíos que vienen para 2023, por lo que la marca dijo contar con alta disponibilidad de inventario y abierto a cualquier inquietud que los canales tengan, asimismo, los partners pueden establecer comunicación con Koblenz a través de Hugo Morales, Director de Canales Cómputo, quien podrá atenderlos y darles cause a sus proyectos, inquietudes o dudas que tengan.

*“Koblenz es el mejor aliado del canal; tenemos mucha experiencia en el mercado mexicano, un portafolio muy diverso, equipos de alta calidad, garantías de hasta siete años, capacitaciones, certificaciones y la disponibilidad de atenderlos para concretar negocios que nos permitan un ganar-ganar”:
José Zimbrón.*



Da clic en el video

FELICITA

LUNES 21 NOVIEMBRE

ALEJANDRO AUGUSTO ARÁMBURU RAMÍREZ, CTO EN **EPILOG**
CARLOS ALBERTO GARZA PARTIDA, GERENTE NACIONAL DE VENTAS EN **GRUPO CVA**
FRANCISCO RAMOS O'REILLY, DIRECTOR GENERAL DE EXECUDATA
GETTECH POR SU 4° ANIVERSARIO

MARTES 22 NOVIEMBRE

DANILO LUNA CAMACHO, COORDINADOR DE MERCADOTECNIA EN **CT INTERNACIONAL**

MIÉRCOLES 23 NOVIEMBRE

ARTURO VALENCIA AZUETA, MARKETING EN **DITS LATAM**
CLAUDIA GÓMEZ LLAMAS, GLOBAL MARKETING SECURE POWER VP EN **SCHNEIDER ELECTRIC**
ENRIQUE VILLEGAS SÁNCHEZ, LÍDER DE MARKETING PARA NUEVAS RUTAS DE MERCADO EN **CISCO AMÉRICAS**
LILIANA GARCÍA GARCÍA, REGIONAL ACCOUNT MANAGER EN **TREND MICRO**

JUEVES 24 NOVIEMBRE

ENRIQUE RIVERA GONZÁLEZ, DIGITAL MARKETING MANAGER EN **TD SYNnex**
JAZKIN ÁLVAREZ, FIELD MARKETING MANAGER EN **LICENCIAS ONLINE**
LETICIA HERRERA LÓPEZ, GERENTE DE SERVICIO AL CLIENTE EN **INGRAM MICRO**
RAQUEL ORNELAS PEÑA, DIRECTORA DE COMPRAS Y MERCADOTECNIA EN **AZERTY DE MÉXICO**
YADID FUENTES BERISTAIN, GERENTE DE ASUS COMPONENTES EN **GRUPO CVA**

VIERNES 25 NOVIEMBRE

ERIKA GARCÍA PAXTIAN, MEXICO & LCR CHANNEL SALES MANAGER EN **TOSHIBA GCS**
GUSTAVO VALERO BERDEJO, MERCADOTECNIA EN **AZERTY DE MÉXICO**
MARTÍN MEXÍA MORENO, CEO/PRESIDENTE DE **MAPS DISRUPTIVO**
RICARDO ARÁMBULA MONTES, GERENTE DE MARCA ADATA EN **GRUPO CVA**

SÁBADO 26 NOVIEMBRE

ADRIANA GONZÁLEZ ESCALANTE, DIRECTORA DE RP Y COMUNICACIÓN EN **CANVI COMUNICAT**
ERICK SALVADOR PEÑA PÉREZ, DIRECTOR COMERCIAL EN **FORLAC STORE**
EUNICE GIRÓN PEDROZA, GERENTE DE MAYOREO Y DISTRIBUCIÓN EN **QIAN**
JUAN CARLOS FLORES MONTESINOS, CEO DE **CASIASHOP**
KALEB ÁVILA GARAVITO, MANAGING DIRECTOR DE **IMAAS**
CSQ TECH POR SU 4° ANIVERSARIO
GAME FACTOR POR SU 6° ANIVERSARIO

DOMINGO 27 NOVIEMBRE

BRENDA VELÁZQUEZ TAPIA, COMMUNITY MANAGER EN **HVAC LATAM**
CRISTINA DE VICTORICA MORENO, DIRECTORA VENDOR MANAGEMENT EN **INGRAM MICRO**
MARÍA ZAPIÉN GONZÁLEZ, CALA CHANNEL MARKETING MANAGER EN **ALCATEL-LUCENT ENTERPRISE**
REVKO POR SU 21 ANIVERSARIO

Soluciones de videoconferencia: un mercado de 260 millones de dólares y una oportunidad para el canal

LA INDUSTRIA DE LA VIDEOCONFERENCIA CRECIÓ DE MANERA EXPONENCIAL DURANTE LA PANDEMIA, Y A PESAR DE LOS PRONÓSTICOS EN LOS QUE LAS HERRAMIENTAS DIGITALES NO SEGUIRÍAN CRECIENDO CON EL LEVANTAMIENTO DE LAS MEDIDAS SANITARIAS, LA DEMANDA SE SOSTIENE Y EL MERCADO EN MÉXICO RONDA LOS 260 MILLONES DE DÓLARES. POR ELLO, ES IMPORTANTE QUE EL CANAL INTEGRE Y APROVECHE LA EXPANSIÓN DEL MERCADO CON ESTRATEGIAS QUE PROVEAN SOLUCIONES INTEGRALES Y EFICIENTES PARA TODOS LOS SECTORES.

Texto: Karime Vázquez





“**T**ienes tu micrófono desactivado” es una de las frases que más hemos escuchado durante los últimos 24 meses. Debido a la pandemia derivada por el virus de Sars-Cov-2, empresas, escuelas, hospitales e instituciones gubernamentales se vieron obligadas a hacer uso y aprender rápidamente sobre plataformas de videoconferencia.

Antes de la crisis sanitaria global, reunirse a través de aplicaciones parecía algo que sólo las personas que trabajaban para oficinas internacionales hacían. Ahora, el uso de estas plataformas es cada vez más frecuente y demandado por los usuarios. Microsoft Teams pasó de 20 millones de usuarios a 270 millones, mientras que Zoom pasó de 10 a 220 millones en los últimos dos años.

Las estadísticas no mienten, y es que aunque podría parecer que con el levantamiento de las medidas de distanciamiento social y la vuelta a las oficinas y escuelas, la videoconferencia reduciría su nivel de demanda, no fue así. Los

empleados descubrieron a lo largo de dos años, que el balance entre la vida personal y laboral es mucho más sencillo de alcanzar gracias a los modelos de trabajo híbrido, que permiten ocupar el tiempo de los traslados para otras actividades. Debido a ello, las herramientas para colaborar de manera remota se presentan como un nicho de mercado importante para las empresas de tecnología y desarrollo de soluciones. Se estima que este mercado alcance un valor de 18 billones de dólares para el 2030.

Retos para el mercado de la videoconferencia

Sin embargo, a pesar de las bondades que representan los modelos de teletrabajo a través de plataformas de videoconferencia, hay circunstancias que no permiten su inclusión de manera total. Uno de los retos a superar es la fatiga y el hartazgo de los trabajadores al pasar demasiadas horas frente a las pantallas, además de la falta de herramientas con capacidad de proveer experiencias de calidad a los usuarios.

Acércate y conoce el valor de CompuSoluciones



CompuSoluciones



Nuestras plataformas



Comercio electrónico donde puedes comprar equipos.



Compra y **administra las suscripciones** de software.



Habilita el **ecosistema de tecnología** como servicio.



universidad

Programas de capacitación
y certificación en tecnología.



Sitio de Promociones

Encuentra las mejores
ofertas del día.

Nuestros programas

Buscamos premiar la lealtad de nuestros distribuidores



Nuestra oferta comercial

SOFTWARE



HARDWARE



ISV's

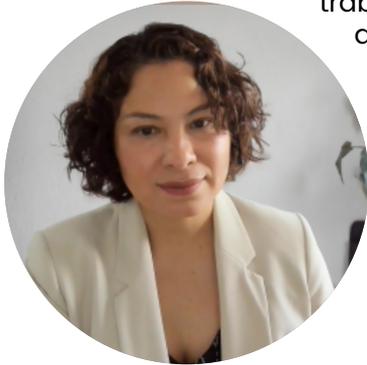


Contacto

T. 33 5000 7777

www.compusoluciones.com

Betzabeth Romero, Directora General de Jabra México, remarcó que uno de los principales retos a superar tras la pandemia en el nicho de la videoconferencia es la creación de experiencias que sean placenteras para los trabajadores.



BETZABETH ROMERO

“Existe una demanda generalizada para implementar soluciones que permitan ver y escuchar de manera nítida, sin trabas, pero también, de crear vínculos reales a través de herramientas tecnológicas que lleven a los trabajadores a conocer y promover los valores de las empresas en las que laboran”.

Para lograr experiencias inmersivas sin perder los rasgos de la convivencia cara a cara, es necesario contar con sistemas que permitan a los trabajadores sentirse en espacios reales, vinculados a las personas con las que colaboran. La implementación de la Inteligencia Artificial (IA) a cámaras y micrófonos es una de las propuestas de los fabricantes de tecnología para brindar reuniones remotas en las que la interacción no este limitada sino que sea abierta, de calidad y flexible.

Estadísticas sobre la industria de la videoconferencia

- El 89% de las organizaciones utilizan múltiples herramientas de videoconferencia, combinando entre 2 o 3 distintas normalmente
- Casi la mitad de las empresas (45%) eligió un software de videoconferencia basándose en su facilidad de uso
- En el 58% de las organizaciones, los ejecutivos influyen en qué herramienta de videoconferencia elegir
- El 31% de los ejecutivos de nivel C quieren saber el nivel de compromiso de su última reunión.
- Solo el 27% de los profesionales en activo cree que las reuniones de su empresa son de alta calidad de forma constante



Respecto a esto, Miguel Ruiz, Director General de Team, mencionó que es necesario que las dinámicas establecidas para las reuniones remotas sean interactivas, lúdicas e incluyan dinámicas como premiaciones o recompensas al final de cada sesión.

Lidiar con el hartazgo de dos años de pandemia y miles de horas frente a las pantallas es un reto que puede sobrellevarse con ayuda de la tecnología. Así lo mencionó Mariano León, Country Manager & Head of Sales Latam de GoTo, empresa que también se ha dedicado a monitorear el nivel de atención de los empleados durante las reuniones y cómo convertir las webinars en herramientas eficientes sin abusar de estas. Sin duda, hay retos que el mercado de la videoconferencia aún debe entender y afrontar

para ofrecer herramientas que sean amigables y fáciles de administrar para los usuarios finales. Las respuestas a algunas de las principales problemáticas podrían estar en el uso e implementación de la Inteligencia Artificial y mecanismos para mantener la participación de todos los colaboradores.

Oportunidades para el canal en el mercado de la videoconferencia

A pesar de los retos que aún tiene el mercado de la videoconferencia en México, este se presenta como un área de oportunidad amplia para el canal. Miguel Ruiz remarcó que si bien la videoconferencia se sostiene en el software, proveer una experiencia de calidad implica muchas más áreas de la industria, como la ciberseguridad, la red Wi-Fi y el acceso a dispositivos de calidad.

“El crecimiento y expansión de la videoconferencia también ha traído una expansión en otros sectores, como el de la ciberseguridad. Si las empresas se montan en un sistema de trabajo híbrido es imposible no pensar en que haya también estructuras de seguridad. Además, al tener acceso remoto y trabajar desde cualquier lugar, hace falta que otras áreas se desarrollen, como la conexión Wi-Fi”: Miguel Ruiz



MIGUEL RUIZ



Al proveer soluciones integradas, el canal tiene la posibilidad de ofertar no sólo el servicio de videoconferencia, sino también, aquellos componentes que acompañan las experiencias de los usuarios para llevar a cabo reuniones de calidad. De acuerdo con datos de Team, la venta de soluciones en este mercado podría dar ganancias de doble dígito al canal, ya que durante los últimos meses, ha habido un crecimiento sostenido en la demanda de las empresas de estas soluciones.

De acuerdo con Mariano León, la demanda de soluciones para videoconferencia ha crecido en los sectores hoteleros, de salud y retail; sin embargo, también hay un crecimiento sostenido en los sectores automotriz, educativo y de seguros. Esto se debe a que muchas empresas que no hacían uso de tecnologías para llevar a cabo interacciones de manera remota, ahora lo ven como una oportunidad de expandir sus negocios.

Otra área de oportunidad que se abrió para la venta de soluciones de videoconferencia se dio con la vuelta a las oficinas y escuelas. Si bien podría parecer que muchas compañías han abandonado los esquemas de trabajo remoto, la realidad es que los han mantenido y en muchos casos, buscan expandirlos dentro y fuera de los centros de trabajo.

De acuerdo con los expertos entrevistados, este nicho de oportunidad es importante, puesto que las instituciones que buscan expandir las soluciones quieren llevarlas dentro de los espacios de trabajo, con salas de mayor capacidad, para conferencias remotas y salas en diferentes espacios para que sus empleados tengan acceso a mejores herramientas.

Sectores en los que hay una demanda sostenida de soluciones de videoconferencia

- Salud
- Educación
- Gubernamental
- Automotriz
- Seguros
- Hoteleros
- Retail





eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES



•Estrategías comerciales

•Soluciones de comunicación

•Oportunidades de negocio

www.esemanal.mx ventas@esemanal.mx

Estas inversiones implican que los canales pueden comenzar a distribuir no sólo el software que permite llevar a cabo videollamadas y reuniones, sino también, el diseño de espacios para interacciones de mayor capacidad que incluyen dispositivos tecnológicos de gran capacidad como bocinas, cámaras con Inteligencia Artificial y micrófonos de última generación.

“El crecimiento de las salas pequeñas y medianas se presenta como una oportunidad importante para el canal. Las salas pequeñas han crecido del 10 al 45% en promedio, mientras que las salas medianas crecen del 10 al 25%. En México, la industria de la videoconferencia está valuada en 260 millones de dólares con un crecimiento anual del 19%”: Betzabeth Romero



Estrategias de integración: una oportunidad para el canal

Integrar los diferentes componentes para ofrecer soluciones completas de videoconferencia es la clave con la que los canales pueden posicionarse en este mercado. Se trata de pensar en las necesidades que cada cliente tiene, y tomándolas en cuenta, ofrecer una solución que integre todas las herramientas posibles. De acuerdo con Betzabeth Romero, la integración de soluciones que permitan a los trabajadores tener mejores experiencias remotas, también será decisivo en la permanencia de los trabajadores en las empresas. Si hay experiencias de calidad, la productividad y niveles de eficiencia aumentarán. Por ello, es importante que los canales conozcan y ofrezcan soluciones que provean más y mejores herramientas a las empresas.



Mariano León, recomienda a los canales implementar una estrategia en tres niveles para llevar soluciones de videoconferencia de manera exitosa. El primer consejo consiste en iniciar el posicionamiento de las soluciones con los clientes actuales, es decir, acercarse a estos y conocer las necesidades que tienen y ofrecerles seguimiento y servicios que se acoplen a lo que requieren.

El segundo rubro que deberían cubrir los canales es el desarrollo de una estrategia de marketing digital que genere valor a las soluciones que se ofertan. Es importante que las empresas piensen en la manera en la que llegan a nuevos clientes y qué es lo que ofrecen a través de sus campañas de marketing.

Finalmente, es importante que el canal entienda cuáles son las necesidades reales de sus clientes y los usuarios finales. A partir de una escucha atenta y reuniones con ellos, se pueden ofrecer y diseñar soluciones que sean útiles y generen valor a ambas partes. De esta manera, las soluciones de videoconferencia pueden ser una puerta de entrada para la integración de otros servicios que acompañan su funcionamiento.

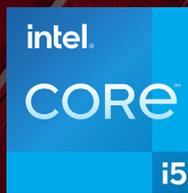
Es importante tener en cuenta que con los avances tecnológicos y el desarrollo de las herramientas, las Pequeñas y Medianas Empresas tienen acceso a un mayor número de herramientas que antes eran accesibles a un número limitado de compañías. Por ello, estas empresas se presentan como un sector relevante al que proveer de soluciones de videoconferencia, que aumenten sus ganancias y les permitan crecer, así como, ser susceptibles de renovar y adquirir una mayor cantidad de servicios.



MARIANO LEÓN

acer

intel®



Procesador Intel® Core™ i5

NITRO LA CLAVE DE LA VICTORIA

AN515-57-520T NH.QEKAL.004	8 GB RAM DDR4 Hasta 32 GB	256 GB SSD PCIe NVMe + 1 TB HDD Hasta 2 TB SSD PCIe NVMe (2 x 1 TB) + 2 TB HDD 2.5"	Nvidia® GeForce® GTX 1650 4GB GDDR6	15.6" FHD 144Hz
-------------------------------	------------------------------	---	---	-----------------------

Teclado retroiluminado rojo | Wi-Fi 6 MU-MIMO



**Laptops ACER únicas protegidas contra robo y catástrofes naturales
GRATIS POR UN AÑO**

Solicita informes al correo mex.ventascanal@acer.com
Conoce más de éste y todos nuestros productos en: showroom.acer.com.mx



GUÍA DE COMPRA

MONITORES PARA GAMING

EL MERCADO DEL GAMING ES UNO DE LOS MÁS PROLÍFEROS EN TÉRMINOS DE VENTAS PERO TAMBIÉN EN INNOVACIONES TECNOLÓGICAS Y UNO LOS PRODUCTOS MÁS RELEVANTES Y CON MAYOR ACEPTACIÓN SON LOS MONITORES, LOS CUALES INCLUYEN NUEVAS CARACTERÍSTICAS EN FAVOR DE MEJORAR LA EXPERIENCIA DE LOS JUGADORES CON UNA MEJOR TASA DE REFRESCO, DISEÑO, TAMAÑO, PORTABILIDAD, CALIDAD DE IMAGEN, COMPATIBILIDAD CON CONSOLAS E INCLUSO ESTÉTICA (RGB).

Texto: Raúl Ortega

AOC

G2490VX 23.8"

AOC

G2790VX 27"

Características: Frecuencia de actualización de 144 Hz, tiempo de respuesta de 1 ms, FreeSync premium, panel VA rico en contraste. La tecnología MPRT (moving picture response time) desactiva y habilita la retroiluminación del monitor durante los cambios de imagen. Full HD Display y Flicker Free Eye Protection.

Garantía: Tres años.

contactame@esemanal.mx



Características: Frecuencia de actualización de 144 Hz, tiempo de respuesta de 1 ms (MPRT), frecuencia de actualización adaptable con AMD FreeSync Premium. Colores vibrantes y píxeles rápidos por el panel VA rico en contraste. Pantalla Full HD y Flicker Free Eye Protection.

Garantía: Tres años.

contactame@esemanal.mx



GUÍA DE COMPRA

NITRO

Acer Nitro KG241Y 23.8"

Características: Monitor de 23.8" con resolución FHD 1920 x 1080, tecnología VA, ratio 6:9 con tiempo de respuesta de 1ms (VRB), tecnología AMD FREESYNC con hasta 165 HZ de frecuencia. Marco ultradelgado Zero Frame. Incluye cable HDMI.

Garantía: Tres años directo con fabricante.

israel.hernandez@acer.com



NITRO

Acer Nitro VG271

Características: Monitor de 27" con resolución FHD 1920 x 1080, tecnología IPS, ratio 6:9 con tiempo de respuesta de 1ms (VRB), tecnología AMD FREESYNC con hasta 165 HZ de frecuencia. Marco Incluye cable HDMI.

Garantía: Tres años directo con fabricante.

israel.hernandez@acer.com





eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL



Manténte Informado

www.esemanal.mx

GUÍA DE COMPRA

Aorus FV43U

Características: Monitor QLED de 43 pulgadas con resolución 4K UHD con un panel de 43" y equipada con el último HDMI 2.1, frecuencia de actualización de 144Hz y 1ms de respuesta para una experiencia de juego más fluida. Certificación DisplayHDR1000 y 10 bits de color garantizan una excelente calidad de imagen.

Garantía: Un año.

contactame@esemanal.mx



Aorus G34WQCA

Características: Monitor de 34" con resolución ultra wide de 3440 x 1440, 1 ms de respuesta, frecuencia de actualización de 144Hz y un ángulo de visión de 150° proporciona una sensación más envolvente. Compatible con HDR400 y audio integrado por 2 bocinas de 2w cada una.

Garantía: Un año.

contactame@esemanal.mx



GUÍA DE COMPRA

Asus

ROG Strix XG27AQMEVA EDITION

Características: Pantalla de 27" revestido con púrpura y verde del EVA-01. Frecuencia de actualización overcloveada de 270Hz, tiempo de respuesta de 0.5 ms (GTG) y cubre 97% del espacio de color DCI-P3, además una iluminación ambiental sincronizada con componentes y periféricos con Aura.

Garantía: Tres años.

contactame@esemanal.mx



Asus

TUF Gaming VG24VQIB

Características: Pantalla curva Full HD (1920x1080) de 24 pulgadas con una frecuencia de actualización de 165 Hz, tecnología FreeSync Premium.

Garantía: Tres años.

contactame@esemanal.mx



3
eSemanal
DÉCADAS
NOTICIAS DEL CANAL



SÍGUENOS EN  /eSemanal

www.esemanal.mx

GUÍA DE COMPRA

Dell Technologies

AW3423DW [210-BCYE]

Características: Monitor de 34" curvo Quantum Dot que otorga un rendimiento de color superior con mayor luminiscencia de 1,000 Nits y rangos de coberturas de color 99.3% DCI-P3 gracias a su tecnología de pantalla OLED. Además, cuenta con DisplayHDR TrueBlack para una experiencia gaming más realista posible. Con 175Hz de actualización y un tiempo de respuesta de 0.1ms GaG y compatibilidad para NVIDIA G-SYNC Ultimate. Cuenta con ajuste ergonómico completo y calibrado.

Garantía: Tres años y cambio físico inmediato con cobertura para quemadura OLED.

contactame@esemanal.mx



Dell Technologies

S2522HG [210-BFED]

Características: Monitor de 25" FHD con 240Hz de actualización y un tiempo de respuesta de 1ms GaG. Tecnología de pantalla Fast-IPS con cobertura de color sRGB del 99%. Con compatibilidad para NVIDIA G-SYNC y AMD FreeSync Premium para una experiencia fluida de visualización. Cuenta con soporte de tasa de actualización variable para consolas de videojuegos.

Garantía: Tres años y cambio físico inmediato.

contactame@esemanal.mx



GUÍA DE COMPRA

Game Factor

MG650

Características: Monitor con tasa de refresco de 75 Hz, panel IPS 10 bits, resolución QHD de 2560 X 1440 Px, además disfruta de contenido fluido gracias a su tecnología adaptativa freesync.

Garantía: Tres años en monitores y panel 12 meses.

contactame@esemanal.mx



Game Factor

MG700

Características: Refresco de 144Hz y resolución QHD, tiempo de respuesta de 1ms y 144Hz, compatible con tecnología Freesync. Es posible usarlo donde sea gracias a su base y montaje VESA.

Garantía: Tres años en monitores y panel 12 meses.

contactame@esemanal.mx



GUÍA DE COMPRA

LG

UltraGear

LG

UltraGear OLED UHD 4K

Características: Diseñado para una velocidad increíble, con IPS 1 ms comparable a TN Speed, que proporciona una imagen residual minimizada y un tiempo de respuesta rápido, le permite disfrutar de un rendimiento de juego completamente nuevo. Cuenta con una pantalla 27-inch FHD (1920 X 1080), 144Hz Refresh Rate, IPS 1ms (GtG), HDR10 & sRGB 99% (Typ.) además de ser compatible NVIDIA G-SYNC y AMD FreeSync Premium.

Garantía: Un año únicamente para productos comercializados por LG Electronics México, S.A. de C.V., así como sus distribuidores autorizados dentro de la República Mexicana.

Características: Claridad excepcional y una imagen realista con HDR10 que ofrece un contraste dinámico, el monitor LG UltraGear puede ayudar a los jugadores a sumergirse en el juego y sentirse como si estuvieran en el centro del juego con la pantalla de 48 pulgadas, 1.5 M : 1 Contrast Ratio & HDR10, Anti-glare & Low reflection, 4K@120Hz from HDMI 2.1, tiempo de respuesta 0.1ms GtG y control remoto como soporte.

Garantía: Un año únicamente para productos comercializados por LG Electronics México, S.A. de C.V., así como sus distribuidores autorizados dentro de la República Mexicana.

contactame@esemanal.mx

contactame@esemanal.mx



GUÍA DE COMPRA

Ocelot

OGM27-01

Características: Color negro, 27 pulgadas plano, resolución full HD 1920x1080, tasa de refresco de 144hz (por puerto dp exclusivamente), 3 puertos HDM y 1 dp, Freesync, 1-2 ms de respuesta, brillo máximo 250 cd/m, ángulo de visión horizontal y vertical de 178 grados, ángulo de inclinación frontal de 5 grados y trasera de 15 grados, funciones adicionales como flicker-free y low blue light, pip, pbb.

Garantía: Un año.

contactame@esemanal.mx



ViewSonic

ELITE XG240R

Características: Resolución Full HD 1080p, ofrece una tasa de refresco de 144Hz y un tiempo de respuesta super rápido de 1 ms, así como la tecnología FreeSync de AMD, que asegura una fascinante experiencia de juego.

Garantía: Tres años.

contactame@esemanal.mx



GUÍA DE COMPRA

ViewSonic

VX1755 Monitor Portátil

Características: Viene con dos puertos USB Tipo C para la transmisión rápida y fácil de video y audio, cuando se usa una consola, o para conectar el teclado y el mouse cuando se usa una PC. Con una resolución nativa de 1080p Full HD, una tasa de refresco de 144Hz y tecnología AMD FreeSync Premium. Delgado, compacto y liviano, el VX1755 cabe perfectamente en bolsas o mochilas.

Garantía: Tres años.

contactame@esemanal.mx



Xzeal

xz310

Características: Cuenta con un panel: VA 23.8" Full HD Flat con resolución de 1920 * 1080 y brillo 250cd/m2, con 16.7 millones de colores, ángulo de visión horizontal de 178 grados y ángulo de visión vertical de 78 grados. Con un tiempo de respuesta de 1 milisegundo, interface: HDMI+DP+AUD ou + DC, cable display Port incluido, con montaje vesa y funciones: Low blue light /Freesync / Flicker-Free, Frecuencia: 144Hz y aspecto slim metal frame o frameless con una base de metal tipo "V".

Contacto:

contactame@esemanal.mx



VERBATIM

FORTALECE SU OFERTA PARA EL SECTOR GAMING Y CELEBRA EL PRIMER ANIVERSARIO DE LA TIENDA DE PC LOCA

Autor: Karime Vázquez

• EL FABRICANTE DE DISPOSITIVOS ELECTRÓNICOS, VERBATIM, EN ALIANZA CON EL DISTRIBUIDOR PC LOCA, CELEBRARON EL PRIMER ANIVERSARIO DE LA TIENDA FÍSICA QUE BUSCA LLEGAR AL MERCADO GAMING A TRAVÉS DE PROVEER UNA EXPERIENCIA DIRECTA CON LOS PRODUCTOS.

El número de usuarios que juegan en computadoras personales es de casi 150 mil millones en todo el mundo y en México, las personas que se consideran gamers son alrededor de 72,3 millones. Además de ser un sector que crece de manera sostenida, se trata de un mercado amplio en cuanto a productos, ya que los dispositivos para este sector mejoran constantemente.

En este sentido, la compañía fabricante de productos tecnológicos con más de 53 años en el mercado, busca satisfacer las necesidades y demandas del sector gaming. A través de la oferta de un catálogo de productos amplio de su propia marca y de Mad Catz, empresa de origen coreano especializada en gaming, constituyen una fuerte alianza para el mercado.



“LA TIENDA TIENE EL PROPÓSITO DE QUE LAS PERSONAS SE ACERQUEN Y PRUEBEN, INTERACTÚEN Y VEAN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS. ESO ES ALGO QUE NO SE PUEDE HACER A TRAVÉS DE LOS ESPACIOS DE VENTA EN LÍNEA. LA TIENDA SUMA VALOR Y GENERA UNA INTERACCIÓN DIRECTA CON LOS USUARIOS FINALES”:
ZAIR MENDIZABAL, DIRECTOR DE LA PC LOCA



ZAIR MENDIZABAL

Por ello, en la celebración del primer año de la tienda en la que el fabricante se vincula de manera directa con el distribuidor, se organizaron torneos de gaming y un concurso de cosplay, con la finalidad de mostrar los productos que existen para este sector y ampliar la interacción con los usuarios.



“EL OBJETIVO DE LAS ALIANZAS COMERCIALES CON DISTRIBUIDORES COMO LA PC LOCA ES LLEGAR UN SECTOR ESPECÍFICO, EN ESTE CASO, EL DE GAMING, QUE CRECE DE MANERA IMPORTANTE Y AL QUE PODEMOS LLEVAR UNA SERIE IMPORTANTE DE PRODUCTOS”:
JAVIER LUGO, DIRECTOR DE GAMING EN VERBATIM

JAVIER LUGO

Con la apertura de la tienda y la asociación comercial directa con el fabricante, PC Loca, tiene el objetivo no sólo de llegar a más usuarios y posibles compradores del sector gamer, sino también, proveer una experiencia que no es posible tener a través de otros medios.



INTEL CLOUD DAY

PRESENTA EL AVANCE Y LAS OPORTUNIDADES DE LOS SISTEMAS DE NUBE

INTEL LLEVÓ A CABO SU PRIMER INTEL CLOUD DAY, EN EL QUE PRESENTÓ, DE LA MANO DE ALGUNOS DE SUS ASOCIADOS, UN PANORAMA SOBRE EL AVANCE DE LA NUBE, SUS USOS Y ÁREAS DE OPORTUNIDAD EN EL MERCADO MEXICANO.

Autor: Karime Vázquez

Durante el evento, se presentaron cuatro perspectivas acerca del negocio de la nube en México y los posibles caminos que existen para mejorar los negocios a través de las plataformas de nube.

La primera charla tuvo como invitado a Tomás Valles, Director de Solución de Ingeniería de VMware México, quien presentó un panorama general sobre el uso de la nube como servicio en el país. Remarcó que la propuesta de la nube es resultado de un proceso de innovación y avance que apuesta por la virtualización.

La propuesta actual de la empresa se concentra en ofrecer una solución que permita a los clientes elegir el modelo de nube que mejor funcione en sus compañías, ofreciéndoles un sistema que administra diferentes nubes y permite agilizar su monitoreo y otorga flexibilidad a los negocios.

“Lo que hacemos, a través de los servicios de nube, es lo mismo que hicimos hace 20 años con la infraestructura en hardware, estandarizar a través de un panel que permite la administración de diferentes sistemas, pero ahora lo hacemos con software a través de la nube”: Tomás Valles



TOMÁS VALLES

Aunado a esta cuestión, la nube también ha permitido escalar el desarrollo de aplicaciones y soluciones que atienden a diferentes industrias, desde el retail hasta la hotelería. Como ejemplo de ello, Cindy Polin, Líder de Solution Architect para Amazon Web Services y Aldo Lluévano, CEO de Roomie It, presentaron el caso de la empresa mexicana en soluciones de robótica, Roomie It, que a través de la nube de AWS, desarrolló las aplicaciones para el funcionamiento de los robots de asistencia.



CINDY POLÍN

Este es uno de los casos de uso que posibilita la nube y que implica, además, el uso de la Inteligencia Artificial para desarrollo de tecnología Edge que sea cada vez más eficiente, que permita a diferentes sectores habilitar la atención en puntos estratégicos, generando soluciones de valor.

“El valor de la nube radica en los datos a los que se tiene acceso y que permiten crear soluciones para la transformación de todos los sectores”: Aldo Lluévano



ALDO LLUÉVANO

De esta manera, la nube se presenta como una oportunidad para la innovación a costos accesibles, ya que se basa en una serie de herramientas que ya se encuentran disponibles y ayuda al que los procesos de desarrollo sean más cortos. En el caso del sector gubernamental, la adopción de servicios de nube se da de una manera más lenta, sin embargo, esto no significa que no se adopten estas soluciones.

En palabras de Guillermo Almada, Director General para el Sector Público en México de AWS, la adopción de los servicios de nube por el sector gubernamental tiene el propósito de proveer servicios de mayor calidad a los ciudadanos, pero requiere otros procesos internos para su implementación como la seguridad y el cumplimiento de las normativas.



GUILLERMO ALMADA

A pesar de que la implementación de la nube en los servicios de gobierno son más lentos, este sector es un área de negocio importante para las empresas de la industria, ya que tiene un grado de demanda importante que permite integrar otros servicios. Finalmente, uno de los sectores más beneficiados por el uso de los sistemas de nube es la industria financiera, que a partir de la pandemia ha tenido un crecimiento importante en el desarrollo de plataformas y aplicaciones basadas en la nube para brindar servicios financieros. Este sector es importante ya que su demanda de servicios de nube y la migración de sus sistemas son un nicho de mercado que representa un área de oportunidad. Así lo remarcó Alejandro Gallegos, Cloud Practise Lead en Accenture México, quien explicó que el sector bancario es una de las industrias en el que el uso de la tecnología y la innovación no son algo opcional sino cuestiones fundamentales para continuar haciendo negocios.



ALEJANDRO GALLEGOS

De esta manera, los avances que en la nube y sus oportunidades de implementación para el desarrollo de diversos sectores empresariales y públicos, se presentan como una oportunidad de inversión e innovación, que generen propuestas de valor para las compañías que buscan mejorar su rendimiento y aumentar sus ganancias.

ALREDEDOR DEL 90% DE LAS MIPYMES NO TRABAJAN CON LA NUEVA FACTURACIÓN 4.0: **CANISOFT**

Autor: Raúl **Ortega**

- LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA EL CANAL ESTRIBA EN APROXIMADAMENTE 4 MILLONES DE MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS QUE TENDRÁN QUE HACER EL CAMBIO A LA FACTURA 4.0
- A PARTIR DEL 1 DE ENERO DE 2023 LA FACTURACIÓN 4.0 SERÁ OBLIGATORIA

El tiempo se agota para que las micro, pequeñas y medianas empresas implementen la facturación 4.0, con la intención de no perder negocios, así como estar libre de consecuencias por auditorías, por lo que, los canales están frente a una oportunidad enorme de ayudar a las MiPyMEs en su proceso y rentabilizar

la creciente demanda.

Con el cierre del año 2022 y en la puerta de entrada al 2023, llegan nuevas oportunidades y obligaciones que las empresas deberán tomar en consideración si no quieren ver reducidas sus posibilidades de negocios, pues a partir del 1 de enero de 2023 la facturación 4.0 será una obligación. Lo anterior, abre oportunidades importantes para los canales de distribución al estar en posibilidad de comercializar soluciones de software que faciliten al universo de 4.5 millones de MiPyMEs apearse al nuevo comprobante fiscal.



ARÍSTIDES PALMA

“VEMOS UNA OPORTUNIDAD MUY GRANDE NO SOLO DESDE EL PUNTO DE VISTA DE ACTUALIZAR EL SOFTWARE (CAPACITACIÓN Y CONSULTORÍA) A LAS EMPRESAS QUE YA LO UTILIZAN, SINO PARA LAS NUEVAS EMPRESAS QUE ESTÁN INSTALANDO UN SOFTWARE, POR LO QUE EL CANAL DEBE ESTAR PREPARADO PARA PODER AYUDAR A LAS EMPRESAS A ECHAR ANDAR SU FACTURACIÓN 4.0”: ARÍSTIDES PALMA, PRESIDENTE DE LA CANISOFT.

Así bien, la CANISOFT (Agrupación de Empresarios de la Industria del Software) tiene entre sus filas a diversas empresas que cubren verticales de mercado específicas y las cuales pueden ayudar a las MiPyMEs en su proceso de adopción de la facturación 4.0, algunas de ellas incluyen: Acceso y vigilancia, administración escolar, comercio electrónico, control de asistencias, ERP hotelero, software para restaurantes, sistemas de punto de venta, sistemas contables, facturación electrónica CRM y más.

El tiempo se agota

Quizá, uno de los sectores más preocupantes o con los cuales se debe trabajar a fondo son las micro empresas, esos pequeños negocios que si bien no cuentan con altos presupuestos, se verán obligados a actualizarse y con ello, habrá oportunidades para los canales, puesto que, en caso de resistirse las empresas sólo querrán comprar con aquellos

comercios que les entreguen una factura válida, así lo explicó Presidente de la CANISOFT: “La consecuencia inmediata es que como física o moral si entregas una factura y no está timbrada con 4.0, entonces no es deducible, por lo tanto, facturas que estés recibiendo así no las podrás ingresar como un gasto deducible en la contabilidad, por lo que, las empresas sólo le comprarán a aquellos comercios que entreguen una factura válida, convirtiéndose esto en una cadena”.

No obstante, además de perder clientes por no estar actualizado, las MiPyMEs también se pueden ver afectadas y con graves consecuencias en caso de ser sometidas a auditorias al descubrirse que no están facturando todas sus ventas.

Oportunidades para el canal

Debido al corto tiempo que ya se tiene para hacer la transición al nuevo modelo, la demanda creará considerablemente y los canales deben estar preparados para ayudar a las compañías en sus procesos, así como agilizar los tiempos con la facturación 4.0, disminuyendo de 20 minutos a aproximadamente dos, lo que desde luego les podría dejar ganancias importantes a estos.

“MI RECOMENDACIÓN HACIA EL CANAL ES QUE SE ENFOQUEN EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, PUES LITERALMENTE NO VA A PODER TODO EL CANAL CON EL TRABAJO QUE ESTO IMPLICA DEBIDO A LA CANTIDAD DE COMERCIOS QUE FALTAN. LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO ES MUY GRANDE Y PORQUE SE TIENEN QUE ACTUALIZAR TODOS, ENTONCES ENFOCARSE EN DARLE LA SOLUCIÓN A SUS CLIENTES PARA PODER CUMPLIR CON LA LEY LES ABRIRÁ OPORTUNIDADES DE NEGOCIO”: ARÍSTIDES PALMA.

En el cierre de la entrevista que el Presidente de la CANISOFT convino con eSemanal, compartió que hace un par de meses atrás realizaron un sondeo para conocer el universo de MiPyMEs que ya estaban trabajando con la facturación 4.0, dejando ver que cerca del 90% de los negocios aún seguían trabajando con la facturación 3.3. De esto se sigue que, si en México existen cerca de 4.5 millones de micro, pequeñas y medianas empresas, alrededor de medio millón ya trabaja con la facturación 4.0, lo que deja un universo aproximado de 4 millones de MiPyMEs y oportunidades capitalizables para los canales que ofrezcan soluciones que habiliten los negocios.

LENOVO ANUNCIA EL LANZAMIENTO DE LA NUEVA THINKPAD X13S

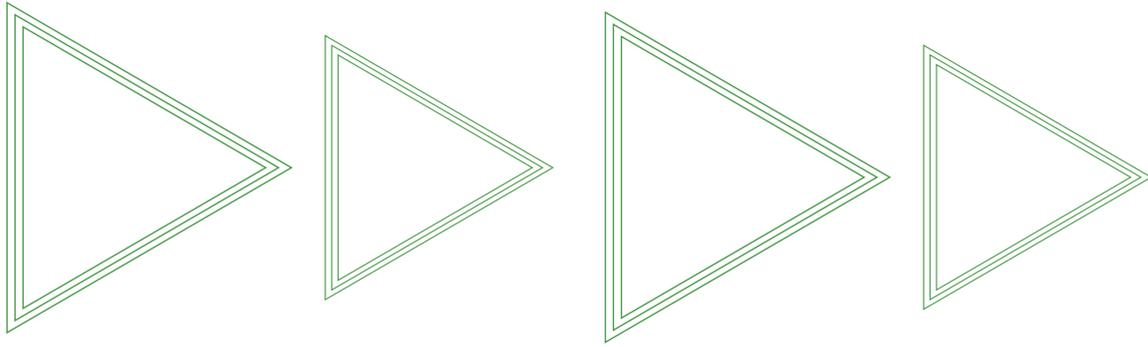
Autor: Karime Vázquez

–EL FABRICANTE PRESENTÓ LA NUEVA THINKPAD X13S, DISEÑADA PARA CUBRIR LAS NECESIDADES DE DIFERENTES SECTORES, DESDE EL USO PERSONAL/DOMÉSTICO HASTA LAS NECESIDADES EMPRESARIALES.



Con este lanzamiento, la empresa apuesta por los equipos móviles de alto rendimiento para el sector empresarial. Este dispositivo tiene como objetivo, cumplir con las necesidades de los usuarios en cuanto a duración de la batería y compatibilidad de las aplicaciones.

A través de la inclusión de Windows 11 Pro, la empresa busca proveer una solución de compatibilidad con las principales herramientas de trabajo y educación, por ello, ha comenzado a desarrollar programas de migración y testeo de las principales aplicaciones, con la finalidad de obtener un mayor rendimiento de los equipos.



En cuanto al hardware, este equipo cuenta con un procesador Snapdragon 8cx Gen 3, perteneciente a la última generación de procesadores de la compañía. Además, se encuentran incorporadas una cámara de 5MP que integra Inteligencia Artificial (IA) para desenfoque (bokeh) y seguimiento durante las videollamadas, y un micrófono con supresión de sonido, que funciona también con IA. La característica que permite la ligereza y delgadez de este dispositivo consiste en el aumento del rendimiento que permite reducir el consumo de batería y eliminar el ventilador. De esta manera, el dispositivo es más ligero y compacto, lo que permite su fácil desplazamiento.

Lanzamiento y distribución en México

En cuanto a la estrategia de comercialización, esta se hará a través de los mayoristas y el canal de distribución, mediante pedidos de acuerdo con la demanda que se reciba por parte de los usuarios. Además, al contar con la opción para insertar tarjetas de telefonía móvil, la compañía buscará hacer negocios con los principales proveedores de telefonía móvil. El anuncio de este nuevo dispositivo se hará para los socios de negocio, mayoristas y usuarios finales a finales de noviembre.



IT SOLUTIONS DAY 2022: Tendencias y soluciones en ciberseguridad con oportunidades para el canal

- MAPS DISRUPTIVO CONGREGÓ A 24 FABRICANTES ENFOCADOS EN CIBERSEGURIDAD
- EL EVENTO INVITÓ A CANALES Y CLIENTES FINALES CON LA INTENCIÓN DE DAR A CONOCER EL PORTAFOLIO COMPLETO DE SOLUCIONES Y SER DE AYUDA CON EL CIERRE DE PROYECTOS

Autor: Raúl Ortega / Karime Vázquez

El evento IT Solutions Day 2022 de MAPS Disruptivo se celebró de forma presencial y contó con la participación de 24 fabricantes quienes tuvieron la oportunidad de exponer sus soluciones, visión y tendencias que observan en el inmediato y hacia futuro en términos de ciberseguridad, lo que permitió enriquecer el conocimiento de canales, usuarios finales y del propio mayorista. Con un portafolio enfocado a soluciones de ciberseguridad, el mayorista inauguró su evento IT Solutions Day 2022 de forma presencial después de algunas ediciones que fueron virtuales debido al confinamiento, no obstante, MAPS Disruptivo también creó la versión digital para aquellos partners e interesados que no pudieron asistir o prefirieron hacerlo virtualmente.



Con palabras de agradecimiento, Martín Mexia, CEO de MAPS Disruptivo, dio la bienvenida a todos los participantes y los exhortó a aprovechar al máximo las conferencias, el acercamiento con fabricantes y las oportunidades de venidas con el encuentro presencial.

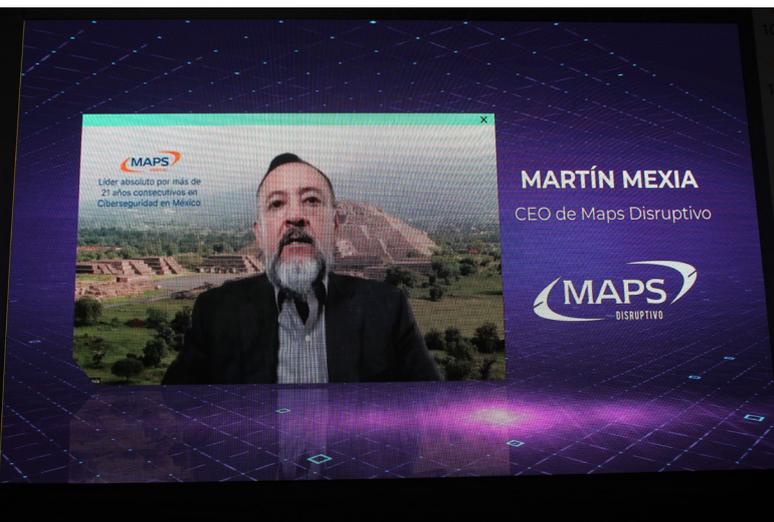
“Los invito a que disfruten y le saquen provecho a las conferencias simultáneas que se estarán llevando a cabo en los cuatro salones; revisen la agenda y de acuerdo a sus necesidades establezcan su propia agenda, también los invitamos a que visiten el stand de MAPS donde podrán encontrar toda la información referente a los servicios y el valor agregado que les ofrecemos. Muchas gracias por acompañarnos”: Martín Mexia.



“En esta edición presencial tuvimos cuatro salas simultáneas de conferencias, lo cual ha sido una oportunidad extraordinaria de poder ver a un buen número de fabricantes en un solo lugar; estamos muy emocionados y muy agradecidos con los fabricantes que han dado su apoyo para esta edición IT Solutions Day”: Luis Bado, Director de Operaciones en MAPS Disruptivo



LUIS BADO



Evento

Durante la jornada se dieron cita cerca de 600 personas, se montaron 24 stands de diferentes marcas y se instalaron cuatro salas simultáneas de conferencias donde cada uno de los fabricantes tuvo la oportunidad de exponer su portafolio de soluciones y productos, así como algunas tendencias que observan para el mercado de la ciberseguridad en México y el mundo.

La decimosexta edición del IT Solutions Day 2022 de MAPS Disruptivo congregó tanto a fabricantes como canales y clientes finales con la intención de que estos últimos pudieran observar de primera mano las soluciones y a partir de conocer todo el portafolio, definir cuáles son las que más sentido hacen a sus necesidades, así lo detalló Hugo Giusti, Director Comercial en MAPS Disruptivo: “Los canales traen a sus clientes prospectos para mostrar el portafolio

completo que tenemos y con las soluciones que les hacen más sentido realizamos una conferencia, una sesión uno a uno, programar una presentación, generar una cita para un prueba de concepto posterior al evento y así en un solo día tienen acceso a todas estas soluciones con los representantes de las marcas en México, siendo un evento que aporta valor para nosotros, para nuestros canales y para los usuarios finales”.

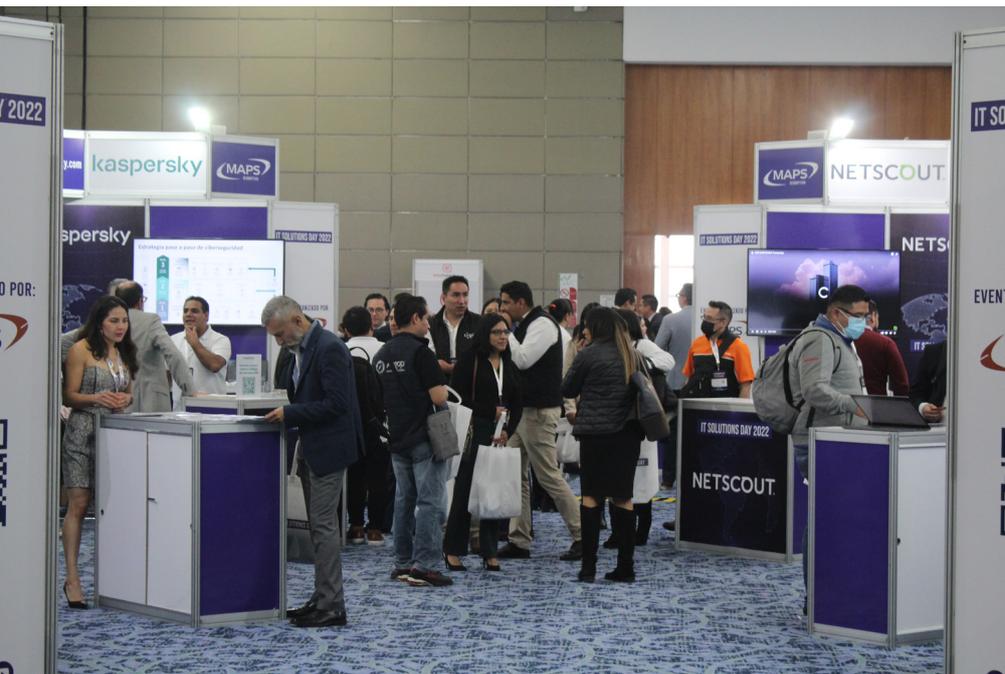
Por otra parte, la marca aseguró que el evento se diseñó para los socios del mayorista, pero están abiertos a que se acerquen nuevos canales y conozcan la propuesta de valor, asimismo MAPS Disruptivo también habló sobre la percepción de la evolución de los canales, lo cual aseguró que existen algunos que han cambiado su modelo de negocio a servicios de valor, pero la gran mayoría que se encuentran en el lado del valor son canales nuevos o que nacen de esa forma.

“El evolucionar para las empresas, muchas veces no es tan sencillo, sin embargo, el reto principal para nosotros es que conozcan el mensaje sobre las soluciones, llevamos 15 años haciéndolo y continuaremos trabajando en ello”: Hugo Giusti.



HUGO GIUSTI

El portafolio de MAPS Disruptivo nunca termina de evolucionar, ya que las necesidades y demandas continúan cambiando en la medida que la tecnología avanza, no obstante, el contar con 38 marcas permite un equilibrio en el portafolio al tiempo que abre oportunidades para los canales.



“Es un portafolio muy bien balanceado, son 38 marcas que se comprometen con el modelo de distribución, que comparten nuestra visión, la forma de trabajo con los canales, lo cual genera muchas oportunidades para los canales y para nosotros, hemos tenido un año extraordinario y lo hemos comprobado ya que nos han buscado para reforzar sus estructuras y certificaciones para cubrir un mayor número de soluciones”: compartió Luis Bado. En la recta final del evento, tanto Luis Bado como Hugo Giusti coincidieron en que seguirán trabajando y especializando a sus canales en ciberseguridad con las diferentes opciones que tienen en su portafolio, eventualmente, invitaron a que ingresen a su página web y a MAPS University, un espacio con diversos materiales que terminan por cerrar el círculo de aprendizaje de los partners.



Fabricantes en el IT Solutions Day 2022 de MAPS Disruptivo:

• **A10 Networks:** El fabricante explicó que su presencia en el evento estuvo enfocada en presentar algunas estrategias para cloud/Multicloud y ciberseguridad con Application Delivery y con soluciones DDoS (denegación de servicio) y análisis de tráfico encriptado, asimismo, Christian Cruz, gerente regional para la marca dijo: “Tenemos un plan para partners con niveles, también planes de certificaciones, planes de apoyos para venta, preventiva y postventa. Invitamos a los canales a que se acerquen a nosotros para ayudarles a generar ingresos”.



• **Acronis:** Con servicios de ciberseguridad integrando Backup y protección a los dispositivos, la marca habló sobre su portafolio explicando que también cuentan con servicios avanzados los cuales están enfocados en administración, Disaster recovery, seguridad y data protection. “Tenemos una estrategia con el mayorista y el canal para ayudarlos a crecer a través de un programa con actividades para que conozcan los nuevos productos, puedan tomar certificaciones y ayudarlos a crecer”: Cristian Rosas, Cloud Services Advisor.



• **AppGate:** Calos Mondragón, Director General, dijo que sus soluciones de ciberseguridad permiten el acceso seguro a las aplicaciones de sus clientes, así como el acceso seguro de los clientes hacia las interacciones con las empresas y detalló: “En el primer caso utilizamos tecnología Zero Trust, en el segundo son soluciones antifraude ayudándolos a que no se repliquen portales web, la implementación es muy rápida y les permite a los canales diferenciarse de la competencia”.



• **Forcepoint:** “Tremos una propuesta de SASE Zero Trust con lo cual desde la nube protegemos a los usuarios en aplicaciones como: Office 365, Salesforce, G Suite y más, además protegemos datos de forma dinámica y ayudamos a los canales con un programa con diferentes niveles y apoyos, así que los invitamos a que acerquen y conozcan nuestro portafolio el cual podrán ofrecer a sus clientes finales para protegerlos”: Armando Galván, Channel Sales Engineer.



• **Fortinet:** La marca aseguró que cuentan con inventario suficiente para abastecer la demanda del canal y la cual puede hacer desde su plataforma de comercio en línea, lo que ayuda segmentar los niveles de descuentos por tipo de partner y productos; así bien, Luna Castillo, Team Líder de Fortinet en MAPS Disruptivo, declaró: “Es un acceso muy rápido al programa, por lo que invitamos a todos los canales a que se den de alta con Fortinet, lo que les permitirá acceso al inventario, capacitaciones en línea y más beneficios”.



• **Infoblox:** La marca comentó que parte de su portafolio está centrado en las soluciones de DNS. “Les ofrecemos entrenamientos para conocer nuestro portafolio, también les damos bundles de la solución o a bajo costo para que puedan montar laboratorios con nuestra tecnología en su infraestructura y así nos representen frente al usuario final”: Gerardo Mendoza, Solutions Architect para Infoblox en Latinoamérica.



• **Ivanti:** Ana Colucci, Channels and Marketing Latam en Ivanti, explicó que llevan más de 20 años en el mercado, enfocándose en resolver todos los desafíos del trabajo híbrido con reconocimiento de dispositivos, perfilamiento de dispositivos y agregó: “Apoyamos a los canales con entrenamientos, demos y generación de demanda, lo que le permite al canal márgenes entre 2 y 3 dígitos incluyendo los servicios”.



• **Kaspersky:** “Somos una empresa de ciberseguridad y lo hacemos desde lo más sencillo hasta grandes soluciones, por lo que vamos allá de un simple Endpoint y tenemos un programa de canal reconocido a nivel mundial, y les ofrecemos capacitaciones, fondos marketing para generación de demanda y más beneficios, así que acérquense y comprueben que nuestro programa se puede hacer a la medida”: Estela González, Directora de canales.



• **Malwarebytes:** Gustavo Carvalho, Sales Engineer Latam & Caribbean, dijo que su solución permite identificar cualquier tipo de malware o sub variante y limpiarlo, además de garantizar que el equipo tenga una protección en tiempo real y con respecto a los apoyos que acerca canal expresó: “Tenemos un programa de canal activo con información de marketing, consola de prueba, una academia con videos para resolver dudas”: finalizó Gustavo Carvalho.



• **Netscout:** El portafolio de la marca está dividido en soluciones de visibilidad con indicadores de desempeño y seguridad contra ataques DDoS y seguridad interna, asimismo, Elías Beristain, Sales Engineer, planteó que cuentan con una serie de apoyos para los canales de distribución, por lo que, de estar interesados exhortó a que se acerquen y conozcan la propuesta de valor.



• **Nozomi Networks:** “Podemos identificar y alertar errores humanos, fallo en equipo y ciberataques, entendiendo lo que existe en la red, entregando inventarios de los activos que están en la red y así tener una medida del riesgo, adicional, hacemos integraciones con cualquier sistema para alimentar lo que está sucediendo en una red industrial o en una red IoT. Somos muy flexibles y tenemos programas de entrenamiento y certificaciones”: Pablo Cabiedes, Ingeniero de preventa en México-Panamá.



• **Nutanix:** Con la multinube híbrida, la empresa a través de sus soluciones ofrece la posibilidad de centralizar el control de las nube públicas y privadas, así bien, la marca recordó que cuentan con su programa Elevate enfocado a entregar incentivos y rebates a los partners, además de certificaciones técnicas. “Acérquense con nosotros para ayudarles, conozcan nuestra propuesta y realizar negocios”: Gustavo Avalos, Channel Sales Manager



• **Nvidia:** La empresa habló sobre el crecimiento de las industrias con IA y cómo acercan herramientas para cubrir las necesidades y requerimientos del mercado, aunado a ello, también aseguró: “Apoyamos a los canales con habilitación técnica, plataformas de ayuda, certificaciones, por lo que los invitamos a que se acerquen a nosotros y así superar el rezago tecnológico”: Alejandro Navarrete, Gerente de producto.



• **Picus:** “La solución que ofrecemos está enfocada a realizar la validación y evaluación de la seguridad dentro de una organización, haciéndolo de forma continua”: Félix López, Gerente de Ingeniería. Además, la compañía dijo contar con apoyos para el canal e invitó a que se acerquen y conozcan el portafolio de la marca.

• **Proofpoint:** Alberto Muti, Account Manager de la marca detalló: “Hacemos protección de correo, DLP e integramos todas las tecnologías para que sea más sencillo visualizarlas. Nosotros también ofrecemos a los canales entrenamientos y certificaciones gratuitas”.



• **Radware:** La compañía de origen israelí comunicó que su propuesta en el evento estuvo a cargo de presentar su portafolio de soluciones enfocadas a proteger la experiencia digital del cliente, así lo detalló Patricia Treviño, Directora regional comercial: “Cuidamos el performance, el delivery y el security; tenemos un programa para los canales con certificaciones y acompañamiento, contamos con soporte en español, por lo que ofrecemos seguridad sin fricción al ritmo de la innovación”.



• **Rubrik:** La presencia de la empresa durante el evento tuvo la intención de enfocar sus esfuerzos en lo que denominó la nueva era en la protección de los datos y no sólo realizar backups, sino qué se debe hacer después de esto. “Mediante un escaneo de inteligencia artificial se realiza una prueba para verificar que la copia de seguridad no tenga un alteración o anomalía, y lo hacemos en ambientes On-Premise, en nube y SaaS”: Héctor Salgado, Regional Sales Engineer Latam. Finalmente, la compañía aseguró contar apoyos desde su programa dirigido a canales.



• **SentinelOne:** “Estamos resolviendo un problema que tenemos en la ciberseguridad, pues la protección de los Endpoint depende completamente de firmas, base de datos o nube y nosotros ofrecemos IA en el dispositivo con detección y respuesta en tiempo real; por otra parte, capacitamos y certificamos a los canales para que puedan reemplazar tecnologías obsoletas y evolucionar con las soluciones que ofrecemos en nuestro portafolio”: Marlon Palma, Director comercial para América Latina y el Caribe.



• **SonicWall:** Con una estrategia en ciberseguridad que cubre las demandas del mercado que van desde el Endpoint hasta el Data Center, SonicWall recordó que cuenta con su programa SecureFirst Partner Program con el cual es posible acceder a cursos, capacitaciones y certificaciones que la marca acerca a lo canales y cerró diciendo: “Acérquense a SonicWall para que les enseñemos a ser un experto en ciberseguridad y generar más ingresos para ustedes”: Eustolio Villalobos, Gerente regional de México, Centroamérica y Caribe.



• **Versa Networks:** “Unificamos la conectividad y seguridad en un mismo software, con más de 90 puntos de presencia y que son nubes donde los clientes pueden consumir servicios de seguridad y maximizamos y automatizamos todas las conexiones a nivel de acceso de los diferente clientes y sitios distribuidos a través de nuestro Secure SD WAN. Brindamos un portal donde pueden encontrar capacitaciones y cursos”: Edgar Guerra, System Engineer.



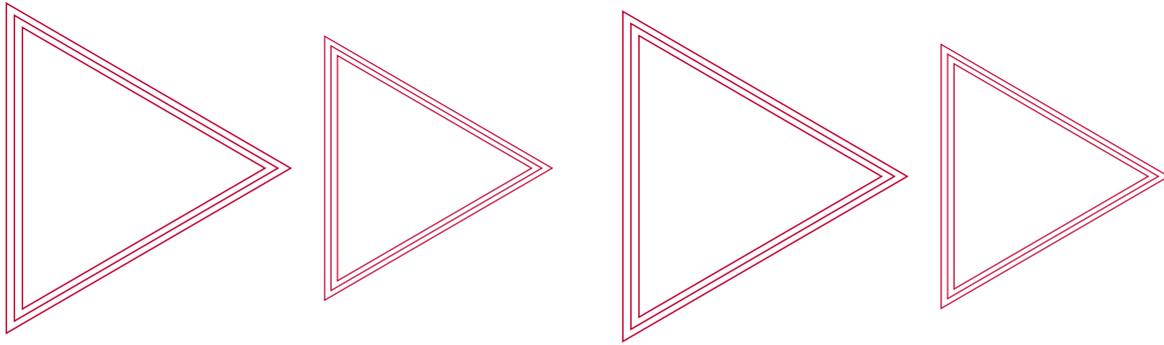
NUVETO, EN ALIANZA CON FIVE9, ANUNCIÓ EL INICIO DE SUS OPERACIONES EN MÉXICO

Autor: Karime Vázquez

- **EL MERCADO DE CALL CENTER EN MÉXICO ABARCA CASI 200 MIL EMPRESAS Y CERCA DE 560 MIL EMPLEADOS**
- **LA INDUSTRIA DEL CONTACT CENTER CRECIÓ ENTRE 25 Y 30% DURANTE EL ÚLTIMO AÑO**
- **LAS SOLUCIONES QUE AUMENTAN LA EFICIENCIA EN LA ATENCIÓN A USUARIOS PERMITEN A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS CRECER Y AUMENTAR SUS GANANCIAS**

La demanda de servicios es cada vez mayor y la necesidad de los clientes de ser atendidos de manera rápida y eficiente por parte de las empresas también aumenta. Bajo este contexto, Nuveto, empresa de soluciones en la nube para áreas de relación y atención al cliente, en alianza con Five9, anunció el inicio de sus operaciones en México.

De acuerdo con Alejandro Mendoza, Director Ejecutivo de Nuveto en México, la empresa busca colocarse como un aliado tecnológico para las más de 200 mil empresas de call center en el país, además, agregó que con su solución, las pequeñas y Medianas Empresas (PyMES) pueden acceder ahora a servicios que antes concentraban los grandes corporativos, logrando mejorar su rendimiento y haciendo más y mejores negocios.



La solución de contact center desarrollada en alianza con Five9, es una alternativa que permite a las empresas adquirir el servicio sólo durante el tiempo que lo necesiten, ya que está basado en la nube, lo que permite su fácil instalación. El beneficio que ofrece, en ese sentido, es disminuir la inversión que las empresas realizan, al mismo tiempo que aumentan su rendimiento y desempeño.

Además, Sergio Morales, Director General de Nuveto México, señaló que esta solución ofrece una alternativa para los modelos de trabajo híbrido. "El modelo se basa en que todas las personas que atienden a un cliente en un call center, también puedan hacerlo a través de WhatsApp, Facebook o por teléfono", subrayó.

Las expectativas y distribución

Respecto a las expectativas y áreas de oportunidad que la compañía proyecta en el país, destaca el crecimiento

del mercado de contact center entre un 25% a un 30% y el crecimiento del uso de bots de hasta 50% en el último año. Este panorama permite que la solución ofertada por ambas empresas se posicione en el mercado mexicano como una oportunidad de crecimiento y alianza con compañías de todos los sectores.

Sobre la estrategia de comercialización, los directivos mencionaron que se realizará a través de los canales, ya que estos realizan labores importantes de distribución y acompañamiento de los usuarios finales, además de tener la posibilidad de integrar servicios adicionales que agreguen valor a las compañías.



Autor: Claudia Alba

cnWave V2000 de **Cambium Networks**

Nodo de cliente de 60 GHz de gama media para municipios, empresas y proveedores de servicios que quieran hacer backhaul de Wi-Fi y cámaras de video; desplegar conectividad de edificio a edificio o dar servicio de acceso a Internet residencial.

Descripción

Solución inalámbrica fija de punto a punto. Para implementaciones de alta velocidad y alta densidad en ciudades y áreas suburbanas. Fácil de ensamblar, resiste las inclemencias del tiempo.

Características

- Con velocidades de Gbps en cada dirección en un rango de 1 kilómetro
- Brinda flexibilidad cuando se trata de ubicar y conectar cámaras y puntos de acceso Wi-Fi
- Para implementar redes multipunto o distribuidas
- Ofrece cubrir más hogares por nodo de distribución
- Puerto de entrada y salida PoE de 2,5 GbE

contactame@esemanal.mx



SSD Renegade de **Kingston FURY**

Unidad PCIe 4.0 NVMe M.2 de segunda generación para gamers de consola y PC. Integra disipador de calor para mantener la velocidad y la temperatura, al tiempo que brinda rendimiento en altas capacidades con el controlador Gen 4x4.

Descripción

Debido a que maximiza el ancho de banda disponible de PCIe 4.0, alcanzan velocidades de hasta 7,300/7,000 MB/s en lectura/escritura y hasta 1,000,000 IOPS para brindar consistencia y desempeño en videojuegos.

Características

- Disponible en capacidades de 500 GB, 1 TB, 2 TB y 4 TB
- Optimizada para reducir los tiempos de carga de los videojuegos y las aplicaciones
- Permite almacenar una biblioteca de videojuegos
- Para utilizarse en cargas de trabajo de computadora portátil y de escritorio
- Garantía limitada de cinco años y soporte técnico gratuito

contactame@esemanal.mx



ThinkPad X13s de **Lenovo**

Computadora portátil de grado empresarial, ofrece satisfacer las demandas de los usuarios en cuanto a conectividad y desempeño de aplicaciones como Microsoft 365, Zoom, Sophos, entre otras, para la productividad y la colaboración.

Descripción

Funciona sin ventilador, por lo tanto, tiene un diseño delgado, ligero y silencioso sin sobrecalentamiento.

Características

- Equipada con la plataforma Snapdragon 8cx Gen 3
- Duración de la batería de hasta 28 horas
- Con reconocimiento específico del usuario
- Protección avanzada contra amenazas de hardware y software a través ThinkShield y la arquitectura Microsoft Pluton

contactame@esemanal.mx



ColorPro VP16-OLED de **ViewSonic**

Monitor portátil de 15.6" con resolución nativa Full HD de 1080p, tecnología OLED, validado por Pantone y calibrado de fábrica para brindar uniformidad de color, precisión y detalles mejorados, para las demandas de los creadores de contenido profesional.

Descripción

Con soporte plegable para un fácil ajuste de la altura. Marco de aluminio CNC delgado. Cuenta con un tripie integrado en el soporte para que la pantalla se pueda usar para una vista previa de fotos o videos. Tiene una cubierta protectora que funciona también como una sombra para un efecto de "cuarto oscuro".

Características

- Resolución nativa 1080p Full HD (1920x1080)
- Cobertura 100% DCI-P3, 400nits de brillo
- 1ms de tiempo de respuesta
- Tasa de refresco de 60Hz
- Dos puertos USB Tipo C, mini-HDMI y conector de 3.5mm
- 14" de largo y menos de una pulgada de espesor; 2.2 libras

contactame@esemanal.mx



SÍGUENOS CON UN



f /Revista eSemanal

www.esemanal.mx

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

