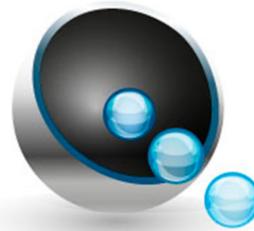


5 de Junio 2023 · Año 32 | No. 1526

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL



QUARX

CHANGING THE RULES

potencia proyectos
con financiamiento
y servicios

TECHZONE

Siempre en búsqueda
de oportunidades

GUÍA DE COMPRA

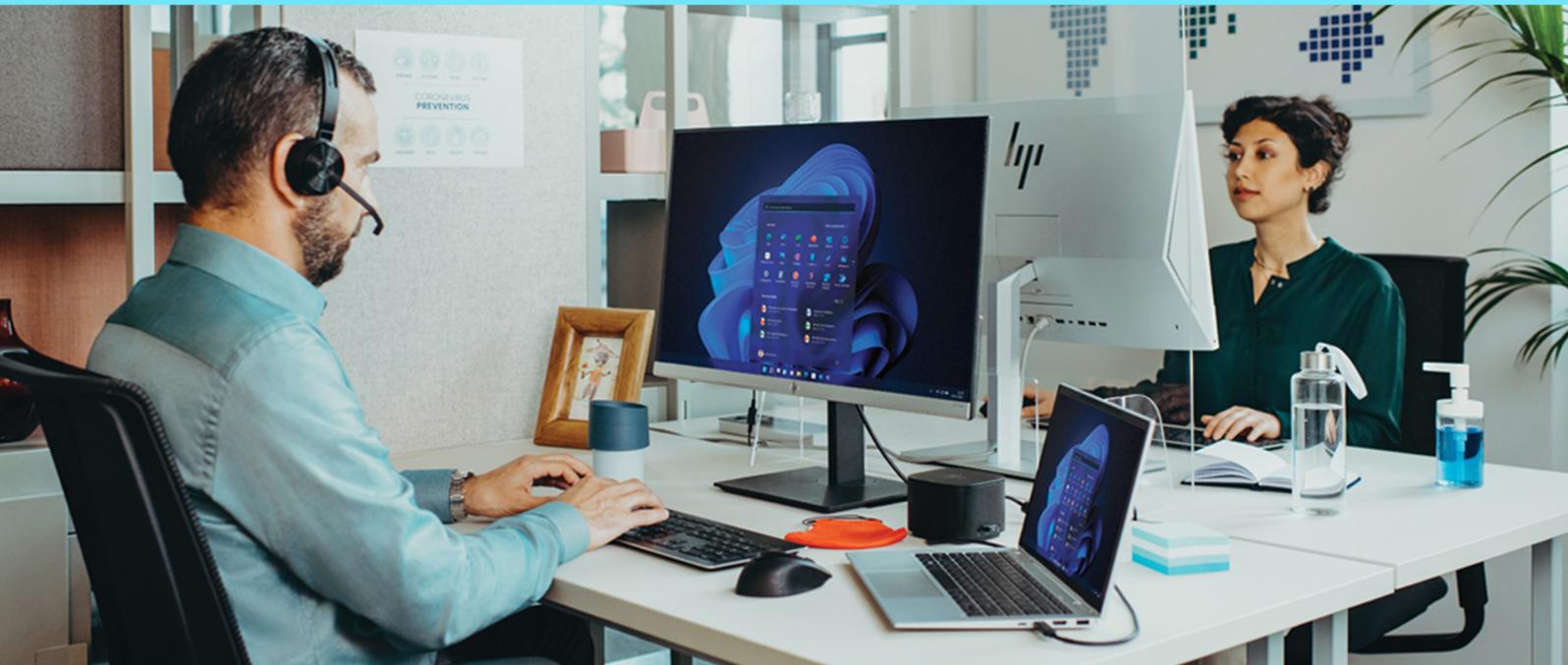
Notebooks

REPORTAJE

Ensamble aumenta las
ganancias del canal

HP CONNECT IQ: todo lo que necesitas a un clic

Obtén cotizaciones para tus clientes de manera más ágil



Te presentamos Integrated Quoting (IQ), una herramienta que te permite cotizar precios especiales para tus proyectos de cómputo de forma inmediata*. Sigue estos 3 pasos dentro de HP CONNECT y obtén tu precio especial:

1. Selecciona los productos.
2. Registra los datos de tu cliente final.
3. Acepta el precio especial y recibe la cotización por parte del mayorista seleccionado.

Recuerda que en HP CONNECT además de cotizaciones, puedes consultar inventario, especificaciones técnicas y actualizaciones.

Visítanos en: <https://hpconnect.hpcloud.hp.com/Login>

Dudas y/o preguntas: hpconnect.dudas@hp.com

[Regístrate aquí](#)

Renuévate a dispositivos HP con Windows 11 Pro y reduce significativamente los riesgos de seguridad.

Con procesadores Intel®

© Copyright 2023 HP Development Company, L.P.

*Válido para productos de cómputo participantes. El tipo de descuento dependerá de tu membresía con HP y el volumen de la oportunidad. Sujeto a disponibilidad de producto.



con



MÚSCULO FINANCIERO Y CONFIANZA PARA EL CANAL



• Álvaro Barriga

El pasado 1 de junio, Héctor Lara, Director de QUARX, reunió a más de 600 destacados líderes de la industria en el sur de la Ciudad de México, para presentarles el relanzamiento y evolución de la compañía, dejando en claro su músculo económico para financiar proyectos de gran envergadura, principalmente para el sector público y privado.

Como hace algunos años no se veía, destacó el poder de convocatoria al evento, directores de fabricantes, mayoristas, canales de varios estados del país, así como amigos con una larga trayectoria, quienes acompañaron al director de QUARX para conocer su propuesta, y al estar ahí, respaldaron su confianza hacia el directivo.

Por su parte, Héctor Lara invitó a los asistentes a aprovechar el tiempo y buscar la innovación constante, así como ellos lo han hecho, ahora con una nueva estrategia, mejor que la anterior, según el director.

Es importante mencionar que QUARX es una división de TD SYNnex y su nueva estrategia de expansión contempla oportunidades y negocios en áreas prioritarias de la sociedad como son: Comunicaciones, Salud, Energía, Educación, Gobierno y Seguridad. ¡Mucho éxito!

En otro tema, el equipo editorial de **eSemanal**, consultó a expertos de CVA, PCH Mayoreo, CyberPower, Kesington, Koblenz y Verbatim, para conocer las oportunidades para

el ensamble de componentes, un mercado con amplias posibilidades de negocio para el canal de distribución, quienes cada vez encuentran más oportunidades.

Es importante resaltar que las principales verticales con crecimiento en ensamble son gaming, diseño y creación de contenido, sin dejar de lado a los trabajadores remotos.

Según los expertos, en México existen 65.9 millones de videojugadores de seis años o más, buscan realizar sus propios ensambles con componentes de diversas marcas, que se ajusten a sus necesidades específicas.

En el caso de diseño y creación de contenido, se dice que existen más de 300 millones de ellos que generan un promedio de 104.2 mil millones de dólares en ingresos y que buscan opciones para ensamblar equipos con características para la edición de audio, video y contenido.

Por otro lado, en México, alrededor de un 68% de las personas trabajan de manera remota, lo que significa un aumento en la demanda en los componentes con el objetivo de obtener un mayor rendimiento de los equipos. Cifras como las anteriores dejan entrever la oportunidad que se ha generado para el mercado de ensamble y en la que cada vez más canales participan y le agregan sus propios valores diferenciados.

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 lictud y contenido de título: 16101, 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.

-  www.esemanal.mx
-  esemanal
-  esemanal
-  /noticias del canal
-  /noticias del canal
-  revista_esemanal
-  55 7360 5651

CONTENIDO



5 de Junio 2023 - Año 32 | No. 1526

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

QUARX
CHANGING THE RULES

potencia proyectos con financiamiento y servicios

GUÍA DE COMPRA Notebooks

REPORTAJE Ensamble aumenta las ganancias del canal




GUÍA Notebooks

26

06

Portada
QUARX se fortalece y potencia negocios en sectores público y privado

13

Mi Cumple eSemanal

14

Reportaje
Ensamble OEM: una vertical con demasiado potencial para el canal

26

Guía de Compra Notebooks



36

36

Fabricantes
TechZone siempre en la búsqueda de más oportunidades



40

44

Acer amplía su portafolio con cuatro nuevas soluciones

48

Smart Home, un mercado que crece a doble dígito en México y el mundo

40

Integradores
VCP Tecnología: 10 años de valor para el retail



50

46

Foros de la industria
Gamergy 2023: el evento de gaming más grande llega a la Ciudad de México

50

Productos

DIRECTORIO

Editor | Álvaro Barriga 55 5090-2044 alvaro.barriga@khe.mx

Reporteros | Raúl Ortega 55 5090-2059 raul.ortega@esemanal.mx

Karime Vázquez 55 5090-2048 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

QUARX

se fortalece y potencia negocios en sectores público y privado



QUARX

CHANGING THE RULES

IP

- EL FINANCIAMIENTO Y SOPORTE DE LA FIRMA CAMBIA EXPONENCIALMENTE LAS OPORTUNIDADES DEL CANAL

- EL PORTAFOLIO DE VALOR ESTÁ INTEGRADO POR SEIS ÁREAS: COMUNICACIONES, ENERGÍA, SALUD, EDUCACIÓN, GOBIERNO Y SEGURIDAD

- EL CANAL REQUIERE UN SOPORTE COMO EL QUE QUARX LES BRINDA PARA MEJORAR SU CAPACIDAD Y POTENCIAR SUS NEGOCIOS

Nuevos horizontes con más oportunidades

QUARX, una división de TD SYNEX, dio a conocer su nueva estrategia de expansión con nuevas oportunidades y negocios que acercará al canal de distribución en áreas prioritarias de la sociedad como son: salud, educación, movilidad y desde luego, tecnología informática.

“El objetivo principal de QUARX es financiar proyectos para el sector público (Gobierno Federal) y para el sector privado. Esa es la primera razón de existir de QUARX y así ha sido en los últimos años”: Héctor Lara, Director General de QUARX.



HÉCTOR LARA JUAN MANUEL GARCÍA

La compañía no sólo es loable en su actividad empresarial al focalizarse y llevar tecnología a espacios de la sociedad que por muchos años han sido relegados, sino que lo realiza con ahínco y constancia gracias a su estrategia encabezada por diversos apoyos financieros profesionales.

Así bien, después de 21 años como SYNEX México, QUARX se estableció como una nueva identidad, con el objetivo de desarrollar y apoyar proyectos en áreas prioritarias de la sociedad, como salud, educación, movilidad y tecnología informática. “Muchas veces, estas son áreas no atendidas en su proceso de transformación y desarrollo hacia la tecnología”: agregó el Director General de QUARX.

Es importante mencionar que si bien el nombre oficial de la empresa es QUARX, la transición legal aún no concluye debido a algunos proyectos en activo de servicios administrados que finalizan en 2024 y 2025.

“El origen del nombre QUARX viene de las pequeñas partículas que componen la materia, los Quarks aunque imperceptibles contienen un gran poder energético. Estas dos características nos representan, puesto que somos una empresa ágil, con una estructura ligera y con un gran poder financiero que permite a los distribuidores alcanzar sus metas en proyectos; además, dentro de la empresa contamos con las divisiones de QUARX Technologies y QUARX Medical”: Héctor Lara.
QUARX apuesta por la sociedad

• **Salud:** Ofrece productos relacionados con la detección y diagnóstico de enfermedades, incluyendo tecnología de imagenología, monitores de signos vitales, telemedicina, mobiliario hospitalario y más.

Además de su expansión durante los últimos tres años en el sector salud, QUARX también ha estado involucrado en la provisión de insumos médicos al trabajar de forma cercana con laboratorios especializados para impulsar la fabricación de medicamentos de alta especialidad.

• **Educación:** En cuanto al tema de educación, QUARX tiene una fuerte relación con Haier, quien acerca diversos productos y soluciones para fortalecer la oferta e impulsar potenciales negocios en este sector.

Tanto los espacios educativos como de movilidad representan una gran oportunidad en la actualidad, no sólo por la constante demanda suscitada en temporadas de regreso a las aulas o por la nueva normalidad del Work from anywhere, sino que, en el caso de la educación, por mucho tiempo ha sido un espacio con poca atención, muchas necesidades y con alto potencial de desarrollo; por otra parte, las soluciones de movilidad crecieron durante la pandemia y ya son una necesidad, lo cual no va a cambiar, pero si la oferta de valor que pueda aportar una empresa como QUARX y que cambie el rumbo en beneficio mutuo.



• **Movilidad:** QUARX es una compañía especializada en proveer tecnología, desarrollar, implementar y gestionar proyectos de TI a través de productos y servicios logísticos a corto, mediano y largo plazo, que satisfagan las necesidades los socios en diversos sectores, incluyendo la movilidad.)

Siendo el área con mayor tiempo dentro de la compañía, se ofertan soluciones de infraestructura y donde el acompañamiento con marcas relevantes del mercado son clave para implementar e impulsar los negocios, desde luego acompañado del financiamiento, elemento medular en cualquier estrategia de negocio.



• **Tecnología informática:** Dentro del sector, la compañía aglutina diversas marcas enfocadas a cómputo, infraestructura, impresión, digitalización, comunicaciones y storage, como son: Dell Technologies, Lenovo, HP, Kyocera, Fuji, Huawei y Aruba, EMC, Huawei,

En cuanto al portafolio de soluciones, Héctor Lara mencionó que está estructurado en seis áreas que a su vez están integradas en los sectores atendidos por la marca: comunicaciones, energía, salud, educación, gobierno y seguridad. Aunque la empresa nació en el ámbito de la tecnología informática, han ampliado su enfoque a otras áreas, tendiendo puentes con marcas reconocidas en el país en diferentes sectores como Dell Technologies, Lenovo, HP, Lexmark, DataShield, Tripp Lite by Eaton, Siemens, Storz, Siare, entre otras. Además, el directivo mencionó que TD SYNEX cuenta con una marca propia a nivel mundial llamada Hyve, que ofrece servidores de alta potencia orientados al mercado masivo de grandes empresas con requerimientos de comercio electrónico, y la cual está integrada en su oferta.

Portafolio de valor

● **Área de Comunicaciones:** Marcas como Huawei y Aruba robustecen el portafolio de la marca y apuntalan oportunidades de negocio para sus partners.

● **Área de Energía:** Contar con marcas como DataShield, Tripp Lite by Eaton y Vica, para las soluciones enfocadas a energía le permite a QUARX fortalecer su presencia en esta área y reformular el negocio de los canales.

● **Área de Salud:** Se apoyan desde Siemens, Storz, Siare, Fuji y otros fabricantes que atienden requerimientos de mobiliario para equipo médico y equipo médico electrónico.

● **Área de Educación:** QUARX guarda una sólida relación con Haier, quien le provee de todas las soluciones necesarias para los temas de educación.

● **Área de Gobierno:** Con una amplia experiencia en el sector, la compañía es el mejor aliado financiero y en soluciones para cualquier negocio relacionado al sector público; pues el conocimiento profundo y la asesoría en estos espacios son determinantes para concretar negocios.

● **Área de Seguridad:** La seguridad es el último eslabón con el cual la oferta de QUARX se fortalece y complementa el ciclo como un portafolio de soluciones holísticas.

Trabajo y desarrollo del canal

Con relación a los canales de distribución, QUARX tiene una sólida intención de fortalecer su relación comercial con los partners como parte de su relanzamiento y nueva estrategia, prueba de ellos es el financiamiento que ofrecen para proyectos a corto, mediano y largo plazo, así como proveeduría de tecnología y servicios logísticos de soporte.



Procesos de Calidad

Algo de gran trascendencia son el conjunto de estándares con reconocimiento internacional que la empresa tiene en diversas áreas con certificaciones de calidad y seguridad informática como: ISO 9000, ISO 20000, ISO 27000, y están a un paso de obtener ISO 37001, lo que garantiza la calidad de su trabajo y con lo cual eventualmente, se pueden ver beneficiados los canales especializados en sector público, en específico gobierno federal, que busquen generar negocios de amplio alcance.

“En nuestro esfuerzo por expandir nuestra presencia y fortalecer nuestras operaciones, nos estamos acercando y trabajando en la búsqueda de canales; nuestro objetivo es ampliar nuestra presencia tanto en el sector privado como en grandes corporativos”: Héctor Lara.

En QUARX están abiertos a reclutar canales nuevos, así como aquellos que tengan experiencia en verticales específicas con productos especializados como data centers o servidores, llevándolos paso a paso para capacitarlos y certificarlos en estas y otras áreas. “Vamos a trabajar en la presentación de productos en diferentes eventos, después enfocaremos nuestros esfuerzos en capacitaciones y en certificaciones, para lograr canales certificados en soluciones verticales que tengan un espacio en el mercado; existen dos formas de hacer las cosas: empujar tecnología para ver quién la compra o bien, identificar las necesidades del usuario final y enfocarnos en ello, creemos que el tiempo de nuestros distribuidores es muy valioso y no queremos que lo pierdan promoviendo tecnologías que nadie ha pedido todavía y con las cuales se busca crear una necesidad, es así que estamos orientados a atender áreas donde las necesidades son palpables y hace falta una oferta calificada”, expresó Héctor Lara.

Evolución con miras al futuro

QUARX es una empresa por demás formidable, no sólo por sus capacidades de integración, apoyos y experiencia, sino que constantemente se está renovando para abordar nuevas tecnologías que le lleven a nuevos mercados como la nube, la Inteligencia Artificial (IA) y la convergencia de diversas industrias. “Nuestro principal desafío es adaptarnos a estas nuevas formas de comercialización y provisión de servicios, así como evolucionar desde un modelo tradicional de compra y venta a un enfoque basado en servicios, arrendamiento y financiamiento de proyectos”, comentó el director.



Aunado a lo anterior, la compañía explicó que la esencia de ampliar su especialización más allá del mundo tradicional de TI (computación, impresión, software, etcétera), es una respuesta a la demanda que se abre por abarcar tecnologías emergentes, pero principalmente, incorporarse en áreas prioritarias que incluyen a la salud, la educación y otras más, pues su relevancia radica en la necesidad transversal para cualquier persona.

• **Financiamiento:** El modelo de financiación de QUARX es sumamente robusto, puesto que echa mano de los años de experiencia en el mercado, lo que permite entregar plazos desde los 3, 6, 9 y 12 meses, sumado a esto, el financiamiento abarca costos operativos (OPEX), así como intangibles (software y licencias).

A diferencia de otras opciones de financiamiento en el mercado que se centran en los canales y se basan en sus estados financieros y garantías, que muchas veces supera sus capacidades, QUARX se enfoca en el usuario final, lo que le permite al canal llevar a cabo proyectos de mayor envergadura sin limitaciones financieras, asimismo, y en concordancia con su estrategia de apoyos, la empresa puntualizó que su oferta es atractiva para pequeñas y medianas empresas (PyMEs) que tengan dificultades para obtener financiamiento de instituciones tradicionales, por lo que la estrategia está dirigida a canales (PyMEs) que trabajen con usuarios grandes o pequeños (otras PyMEs), sector público o privado.

“En QUARX nos diferenciamos de otras empresas de negocio tradicional debido a nuestra agilidad y eficiencia. Mientras que el negocio tradicional requiere una infraestructura grande, cobertura nacional y un alto nivel de inventario y personal, QUARX opera de manera contraria, lo que nos define como ágiles, ya que optimizamos nuestra estructura operativa y nos basamos en tecnología para lograr una operación eficiente”: Héctor Lara.

Como último punto a destacar sobre el trabajo que ha venido realizando la compañía con los canales, está el usar a su favor la estructura de negocios en la que se basa, es decir, se centran en una atención cercana y personalizada a un grupo de distribuidores, lo que permite entregar un servicio de alta calidad.

Con la mirada en 2023

QUARX prevé un crecimiento en su área de tecnología transversal a diferencia del área de tecnología informática, derivado de una mayor conciencia en el tema de salud y en consecuencia un amplio despliegue de tecnología para atender estos temas, asimismo, buscan tener un excelente año con resultados notables y una fuerte consolidación como una empresa orientada a proveer valor en áreas prioritarias de la sociedad, buscando mejorar el entorno social y el planeta.

Lanzamiento oficial

Refrendando su compromiso y dedicación de trabajar de la mano con el canal, QUARX hizo el relanzamiento de la marca presidida por Héctor Lara, Director General de QUARX, quien refirió al tiempo como un recurso digno de analizar ya que este es escaso y a la vez imprescindible para innovar, el objetivo es mantener un modelo de negocios vigente, actualizado y acorde a las necesidades prioritarias de la sociedad. “Quienes creamos esta compañía hace algunos años decidimos desarrollar rutas de negocio alternas, desarrollar modelos de negocio diferentes, pues sabíamos que no queríamos estar en el mismo lugar, haciendo lo mismo con los mismos productos y de la misma manera, era necesario transformarnos”: acertó el directivo.

“Creamos una compañía enfocada en proveer y financiar tecnología, productos y servicios, que atendiera las necesidades prioritarias de la humanidad: Salud, educación, movilidad y bienestar social y aquí surge una pregunta ¿Cómo empezar de nuevo? Transformándonos y hacer cosas nuevas, mejores y diferentes y para ello era necesario dejar el camino ya conocido para comenzar uno nuevo y era necesario hacerse pequeño para ser grandes”: Héctor Lara.

Principales mensajes del lanzamiento oficial de QUARX:

- **QUARX:** Compañía ligera, ágil, veloz y poderosa focalizada a proyectos prioritarios en la sociedad: educación, salud, comunicaciones y tecnología informática.
- **Portafolio:** Tecnología informática (cómputo, infraestructura, impresión, digitalización, energía, almacenamiento, comunicaciones y redes); Sector salud (equipo médico de diagnóstico o imagenología, equipo médico electrónico y mobiliario médico).
- **Soluciones verticales:** Héctor Lara, comentó que esta vertical comprende áreas como energía, educación, seguridad y banca electrónica y añadió: “Queridos amigos, ustedes representan uno de los sectores más importantes de la sociedad, queremos apoyarles en sus proyectos con el financiamiento, ya que hoy más que nunca se hace necesario unir talentos, infraestructura, experiencias, para que juntos construyamos un mundo mejor”: asintió el directivo.
- **Invitados:** Rondando los 700 invitados, QUARX comenzó su inauguración con bombo y platillo, recibiendo a grandes figuras de la industria de Salud y TI quienes no sólo se dieron cita para conocer a detalle la oferta, sino para entablar platicas e ir reconociendo en conjunto diversos espacios de oportunidades.



✉ Jared.Perez@tdsynnex.com

☎ 55 8495 8239

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Felicita a

LUNES 5 JUNIO

DÍA DEL MEDIO AMBIENTE
CLAUDIA MARTÍNEZ SALCEDO, PR MANAGER EN **CMV R&R**
TECNOSINERGI POR SU 17 ANIVERSARIO

MARTES 6 JUNIO

MARIO GONZÁLEZ TORRES, CHANNEL SALES ACCOUNT MANAGER EN **FORTINET**

MIÉRCOLES 7 JUNIO

BIBIAN PACHECO GARCÍA, GERENTE COMERCIAL EN **RUPARE**
CRISTHIAN RAFAEL MEZA, DIRECTOR GENERAL DE **SHOPPINGBAZAR.MX**
EDGAR VARGAS, CEO DE **PCH MAYOREO**
MELISSA SÁNCHEZ, TRAVEL & SOCIAL MEDIA EN **TXM CLOUD SOLUTIONS**
BARRACUDA NETWORKS POR SU 16 ANIVERSARIO

JUEVES 8 JUNIO

JOEL HERNÁNDEZ HUERTA, SENIOR ACCOUNT SUPERVISOR EN **PORTER NOVELLI**
FURUKAWA ELECTRIC POR SU 49 ANIVERSARIO

VIERNES 9 JUNIO

DANIEL PENSABÉ SALMERÓN, DIRECTOR COMERCIAL EN **CDP**
EDUARDO ALEXANDRI RIONDA, DIRECTOR REGIONAL DE VENTAS MÉXICO, COLOMBIA,
CA Y VENEZUELA EN **WESTERN DIGITAL**
TRINIDAD VELAZCO CHÁVEZ, TERRITORY MANAGER MEXICO DE **PLPC**
SOLA BASIC POR SU 68 ANIVERSARIO

SÁBADO 10 JUNIO

MIGUEL MENDOZA RODRÍGUEZ, GERENTE DE MARCA WD EN **GRUPO CVA**
TANIA PIMENTEL, COORDINADORA DEL CENTRO DE ATENCIÓN Y VENTAS DE **PROYECTOS CONCRAM**
VÍCTOR MANUEL SOTO SOTELO, PROYECTOS EN **VIMASO CÓMPUTO & SOPORTE**
HORNETSECURITY POR SU 16 ANIVERSARIO
INDUXSOFT POR SU 15 ANIVERSARIO

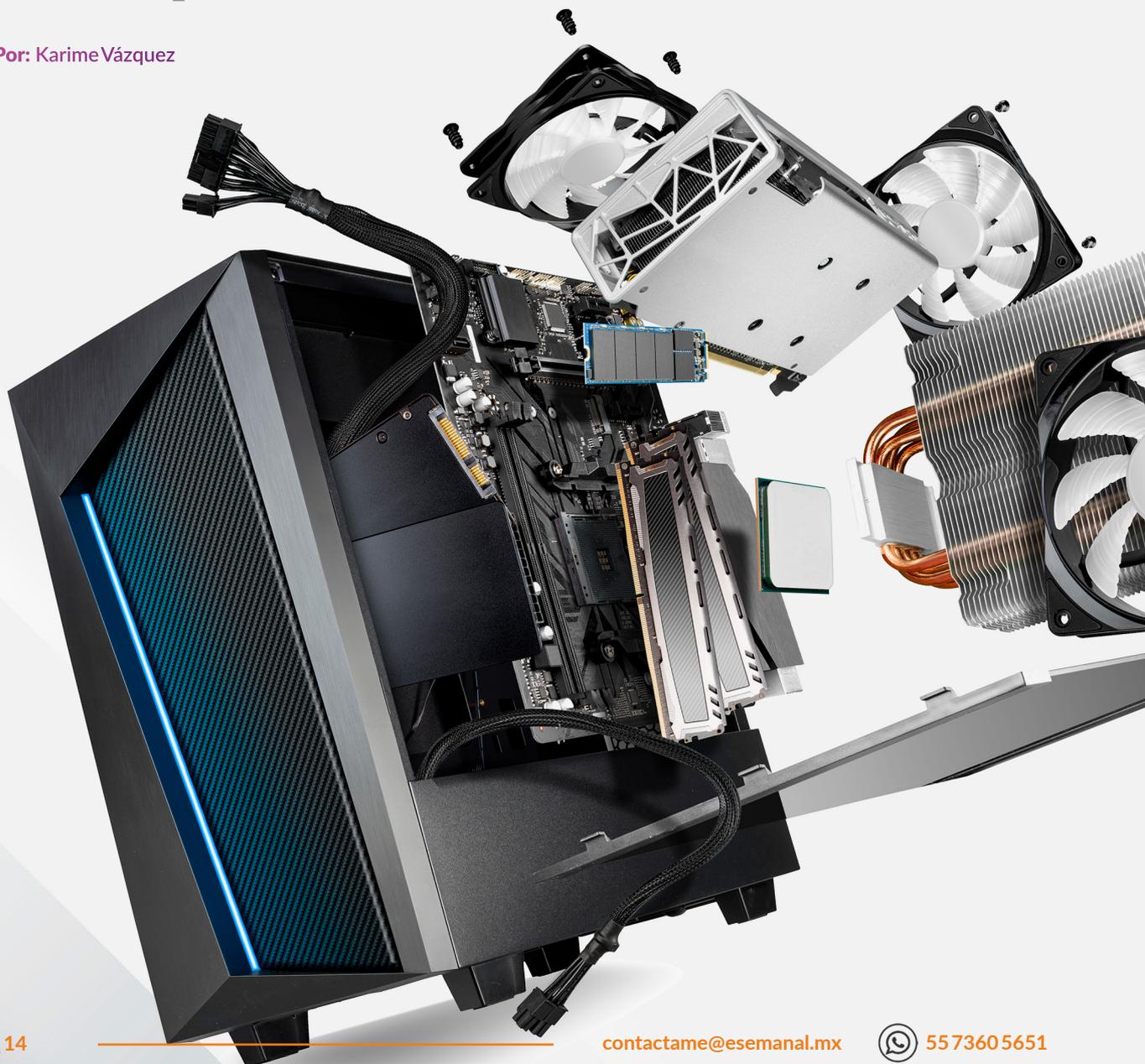
DOMINGO 11 JUNIO

ARMANDO VÁZQUEZ MÁXIMO, ENCARGADO **TIC** EN **CAREVA**
GUADALUPE GASPAS GARCÍA, ECOMMERCE MANAGER EN **GRUPO DECME**
ISABEL APAN, MARKETING DIRECTOR EN **NEOCENTER**
RAFAEL GÁLVEZ GRIMALDO, MANAGER COMMERCIAL SEGMENT EN **IKUSI VELATIA**

JUNIO 2023

Ensamble OEM: una vertical con demasiado potencial para el canal

Por: Karime Vázquez



EL AUMENTO EN LA ADOPCIÓN TECNOLÓGICA HA PROPICIADO QUE LOS USUARIOS DISEÑEN Y ENSAMBLÉN SUS PROPIOS EQUIPOS, POR ELLO, LAS SOLUCIONES DE ENSAMBLE OEM SON LA OPCIÓN IDEAL PARA MERCADOS EMERGENTES COMO EL GAMING, LOS CREADORES DE CONTENIDO Y LOS TRABAJADORES REMOTOS, QUE BUSCAN ADECUAR SUS DISPOSITIVOS A SUS NECESIDADES; ANTE ELLO, EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN DEBE APLICAR ESTRATEGIAS

ENFOCADAS EN ATENDER LA INDUSTRIA DE ENSAMBLE Y COMPONENTES ORIGINALES, QUE CADA VEZ REQUIERE MÁS SOLUCIONES Y VENTA ESPECIALIZADA.



OEM relevante para la industria

Son pocos los dispositivos que son fabricados en su totalidad por una sola empresa, es ahí donde intervienen los fabricantes de equipos originales (OEM, por sus siglas en inglés), quienes desarrollan equipos que después serán aprovechados por una o varias empresas para su ensamblado.

En la industria tecnológica el concepto OEM fue tomado de las industrias automotriz y manufacturera, en las que diversos fabricantes desarrollan componentes específicos para luego ser ensamblados y distribuidos. Algo parecido ocurre en el mercado de la tecnología, en el que hay empresas enfocadas en el desarrollo de algunos componentes, como son el software, hardware o diseño; mientras que otras se dedican al ensamble y desarrollo de dispositivos que combinen todos los elementos.

Siguiendo un modelo de ensamble OEM, fabricantes y desarrolladores pueden concentrarse en generar innovaciones y mejorar sus componentes, mientras que las empresas integradoras buscan las mejores alternativas para el desarrollo de nuevas computadoras, teléfonos móviles, infraestructura, gadgets, etcétera.

Desafíos para el canal

A pesar de funcionar de esta manera en gran parte del mercado, existen nichos en los que los usuarios buscan hacer sus propios ensambles. Uno de estos nichos, y el que mayor fuerza ha tomado los últimos años es el gaming; sector para el que el ensamble es la base de consumo.





Durante la primera mitad de 2022, de acuerdo con datos The CIU, el mercado gaming en México generó ganancias por \$16,928.0 millones de pesos, lo que significa no sólo un aumento significativo, sino también, la apertura de posibilidades para el mercado de ensamble OEM, que provee los componentes necesarios para los gamers que buscan las últimas innovaciones en tarjetas gráficas, memorias RAM, discos de estado sólido, procesadores, ventiladores, reguladores, UPS, gabinetes, teclados, audífonos, etcétera.

A pesar de ser un mercado con un crecimiento constante, impulsado por nichos como el gaming, existen desafíos para las empresas que distribuyen equipos originales, como la poca o lenta adopción de nuevas tecnologías y la falta de conocimiento sobre componentes de protección energética.

JULIO CÉSAR FUENTES

Los pronósticos de fabricantes, mayoristas y distribuidores, respecto a la industria de ensamble en el país son positivos, por ejemplo, en el caso de CVA, Julio Cesar Fuentes, Team Leader de la Unidad OEM, destacó que esperan un crecimiento en esta vertical de al menos un 30%, mientras que las ganancias con fabricantes como AMD han superado el 100% de crecimiento.

Sin embargo, los mayoristas coinciden en que a pesar del buen panorama para la vertical de ensamble, es necesario que exista una cadena de valor que ayude a generar no sólo volumen en las ventas, sino también consultoría y conocimiento especializado en la adopción de nuevos componentes.

Tendencias y oportunidades: gaming, diseño y edición

Entre las tendencias que los canales deben aprovechar se encuentran la incorporación de dispositivos para el ensamble de computadoras enfocadas en diseño, creación de contenido y edición de video, por lo que las tarjetas gráficas, discos de estado sólido, monitores de alta resolución y periféricos deben ser parte de sus portafolios.

Por otro lado, para el mercado gamer, es importante que el canal conozca las nuevas tendencias del sector y busque alianzas con los principales fabricantes de componentes y sus mayoristas, además de incorporar equipos dirigidos a la protección y regulación eléctrica (UPS y reguladores de voltaje), que no suelen contemplarse y que pueden generar oportunidades de negocio.



Kensington

The Professionals' Choice™

MEJORA TU ESPACIO

Mejora tu experiencia de **HOME OFFICE** con la serie de:

- Stands para monitor
- Elevadores de computadora
- Brazos para monitor
- Accesorios de ergonomia
- Docking Stations



Kensington® SmartFit®
Easy Riser™ Laptop
Cooling Stand

No. K60112AM



SmartFit®
Easy Riser™ Go Ajustable Elevador
para Laptops de hasta 17" portátil

No. K50422WW

Kensington®
ErgoSoft™
Wrist Rest for
Standard Keyboards

No. K52799WW



Kensington®
ErgoSoft™ Wrist Rest
for Standard Mouse

No. K52802WW



SmartFit® Ergo Single
Extended Monitor Arm

No. K55408WW



SmartFit® One-Touch
Brazo para monitor
de ajuste neumático

No. K55470WW



Replicador de puertos híbrido 4K
dual Thunderbolt™ 3 y USB-C
SD5600T con 96 W
de PD: Windows/macOS

SKU: K34009



Alejandra Palomo
alejandra.palomo@ctin.com.mx
66 2109 0000 Ext.346 | 55 8062 0411



Adrián De La Rosa
adrian.delarosavazquez@ingrammicro.com
55 2728 1584

Principales verticales con crecimiento en ensamble OEM

- **Gaming:** En México existen 65.9 millones de videojugadores de 6 años o más, que buscan realizar sus propios ensambles con componentes de diversas marcas, que se ajusten a sus necesidades específicas.
- **Diseño y creación de contenido:** Actualmente hay más de 300 millones de creadores de contenido que generan un promedio de 104.2 mil millones de dólares en ingresos y que buscan opciones para ensamblar equipos con características para la edición de audio, video y contenido.
- **Empresarial y trabajo remoto:** En México alrededor de un 68% de las personas trabajan de manera remota, lo que significa un aumento en la demanda en los componentes con el objetivo de obtener un mayor rendimiento de los equipos.

De esta manera, el canal debe contar con portafolios actualizados que satisfagan las necesidades de múltiples nichos, y desplegar capacitaciones para sus distribuidores, que a través de las ventas cruzadas y la venta especializada podrán aumentar sus márgenes de ganancia.

Combinar estrategias para un ganar-ganar

Uno de los sectores con mayor crecimiento a nivel mundial es el gaming. Se estima que en México existen alrededor de 65.9 millones de videojugadores, y que las ganancias alcanzaron los 41 mil millones de pesos en 2022. Este es un mercado al que canal debe ofrecerle productos de alta tecnología, acordes con las tendencias, innovaciones y necesidades.

Para lograr un portafolio competitivo en gaming, los canales deben reconocer las necesidades de los gamers, ya que se trata de un nicho diverso en el que puede haber usuarios con un nivel de conocimiento alto, así como otros que se acercan por primera vez a la industria del ensamblado.

Las ventas especializadas y el trabajo de consultoría que ofrecen los distribuidores son fundamentales para llegar a los usuarios finales y realizar ventas con un ticket promedio más alto. Marcela Covarrubio, Territory Account Manager para la región del Pacífico en CyberPower, considera que las ventas enfocadas en el ensamble deben ser guiadas por el conocimiento que aportan los fabricantes a mayoristas y distribuidores.



eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL



CONOCE NUESTROS SERVICIOS DIGITALES

• *SOLUCIONES DE COMUNICACIÓN*

• *ESTRATÉGIAS COMERCIALES*

• *OPORTUNIDADES DE NEGOCIO*

www.esemanal.mx
ventas@esemanal.mx



“Como fabricantes lo que hacemos es llegar a los distribuidores y sus equipos de ventas para enseñarles cómo hacer un cross-selling. De pronto nos damos cuenta de que se venden por ejemplo, 1,500 equipos de cómputo, y cuando preguntamos si el cliente se llevó un regulador o un UPS nos dicen que no. Ahí están perdiendo la oportunidad de venta, de generar valor, y que si hubiera una venta cruzada hubieran sido 1,500 computadoras con 1,500 reguladores o UPS, que combinados ya no suenan a una venta pequeña”, remarcó.

Las ventas cruzadas combinadas con la capacitación constante en los nuevos dispositivos y el conocimiento de las demandas de los clientes son estrategias que pueden diferenciar a los canales para generar ventas de valor en el mercado de ensamble.

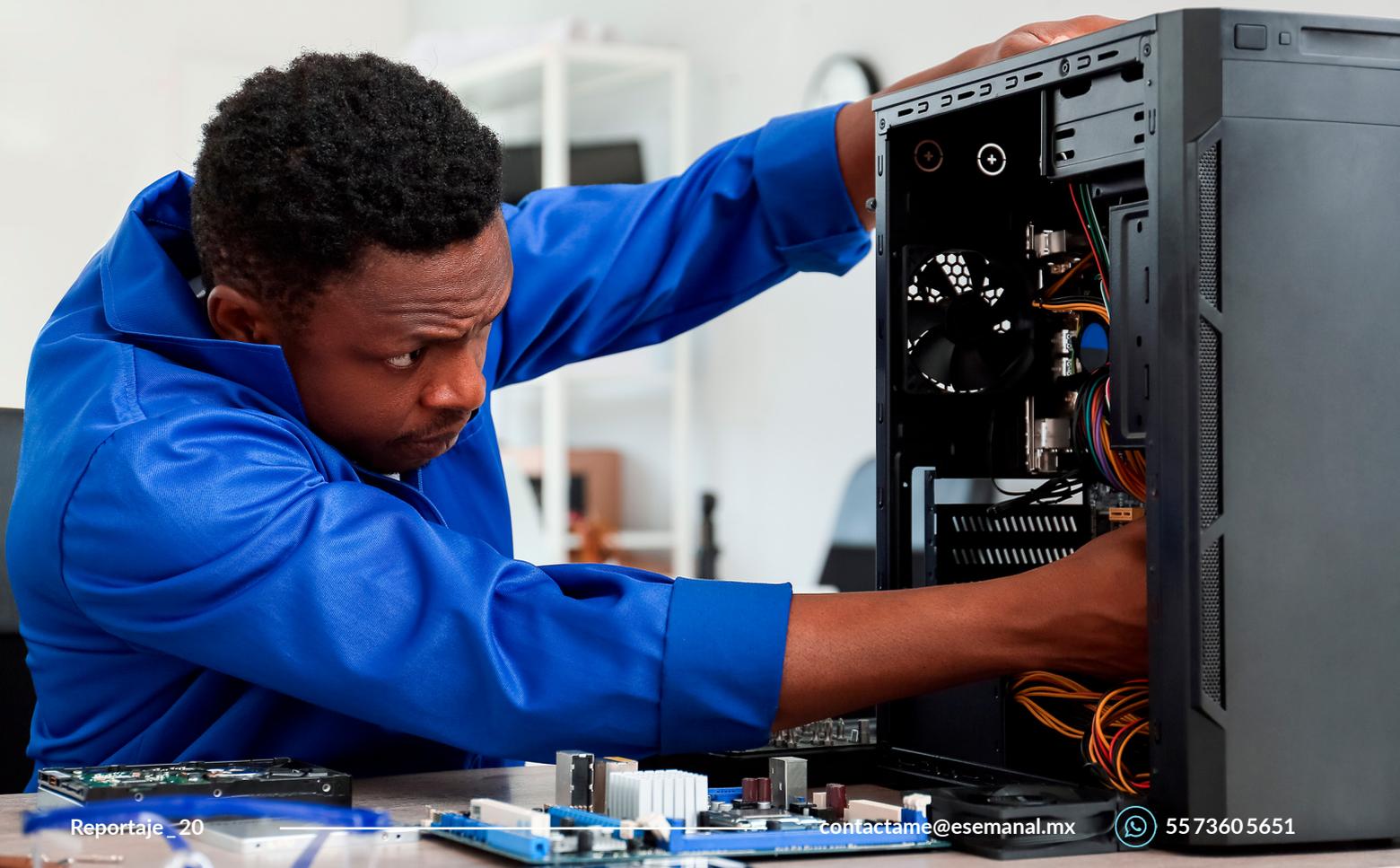
Jorge González, Director de Ventas en Verbatim Latinoamérica, destacó que además de las estrategias de venta, el canal debe atreverse a expandir sus portafolios con nuevos productos, como los vinculados al sector energético, pero también aquellos impulsados por las nuevas tendencias

laborales en las que los usuarios buscan adquirir otro tipo de tecnologías.

“Se trata de perderle el miedo a incluir otro tipo de productos. Si el canal tiene miedo de adoptar nuevas tecnologías, de distribuir nuevos dispositivos, las oportunidades de negocio se reducen. Hay que conocer lo que los usuarios quieren, y eso normalmente se relaciona con los avances e innovaciones de los fabricantes. El canal tiene que generar alianzas con los fabricantes, conocer lo que demandan los usuarios y proveer soluciones”, enfatizó Jorge González.



JORGE GONZÁLEZ



Componentes para ensamble con mayor demanda

- Fuentes de poder
- Mother boards
- Sistemas de enfriamiento
- Memorias RAM
- Procesadores
- Periféricos (mouses, teclados, micrófonos, diademas, sillas)
- Equipos de protección eléctrica (reguladores, no-breaks y supresores de picos)

El sector gamer y las nuevas necesidades de los usuarios son dos oportunidades que tiene el canal en México para generar negocios con amplios márgenes de ganancia. A su vez, es importante que cuenten con el apoyo y beneficios que brindan los fabricantes, ya que de esta manera, podrán alcanzar diversos nichos y ampliar su capacidad de venta especializada con valor agregado.

Datos sobre el ticket promedio de un ensamble para gaming

- **Ensamble básico:**
6,000- 8,000
- **Ensamble amateur-semi profesional:**
9,000-12,000
- **Ensamble con componentes profesionales y/o exclusivos:**
15,000
- **Ensamble profesional:**
20,000-50,000

Crear alianzas y ganar nuevos mercados

De acuerdo con los especialistas entrevistados por eSemanal, la lenta adopción tecnológica en el país es uno de los factores a los que la industria de ensamble OEM se enfrenta de manera más directa a diferencia de otros mercados.



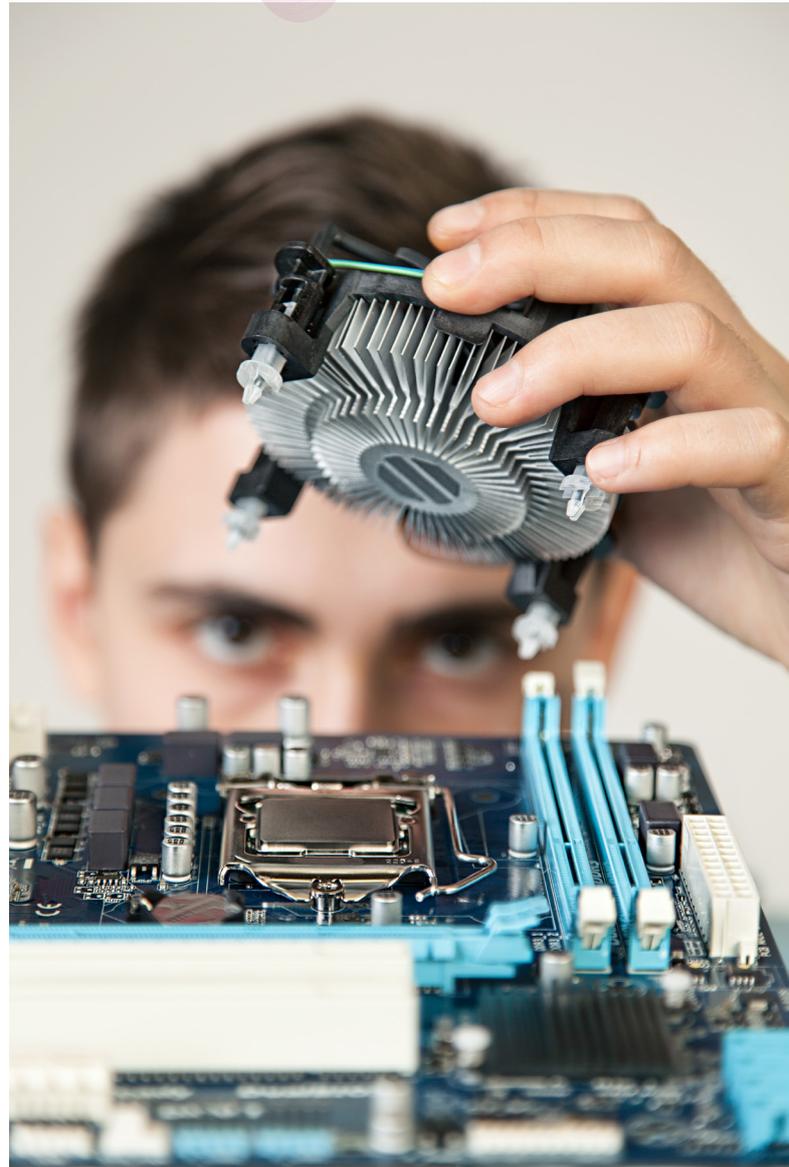


MARLENE SIXTO

Por ello, fabricantes y mayoristas deben trabajar de manera conjunta para llevar el conocimiento necesario a los canales, que les permita elevar sus ventas y ser especialistas en sus portafolios, realizar actualizaciones e incluir las tendencias del mercado.

Además de “perder el miedo”, los canales deben establecer vías de comunicación con mayoristas y fabricantes que generen relaciones de negocio en las que todos obtengan beneficios. El mercado de ensamble requiere de la alianza en toda la cadena de valor para aprovechar las oportunidades que ofrece.

“Es necesario que como mayoristas detectemos y llevemos el conocimiento a los canales para que ellos generen ventas de valor. En el mercado de ensamble se trata de estar al pendiente por un lado de las tendencias y demandas de los usuarios, y por el otro, en constante aprendizaje sobre los dispositivos que mejor cubren esas demandas”, destacó Marlene Sixto, Gerente de División OEM en PCH Mayoreo. Mayoristas como CVA y PCH Mayoreo, consideran que el canal tiene márgenes de ganancia amplios para la vertical de ensamble, y que la clave está en generar alianzas y aprovechar los recursos que ofrecen los fabricantes a través de sus mayoristas.



eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

Síguenos en

LINKEDIN

/NOTICIASDEL**CANAL**



SÍGUENOS
* ESEMANAL *
* LINKEDIN *



Por otro lado, fabricantes como CyberPower, Koblenz y Verbatim reconocen el valor que tienen acciones como las capacitaciones, cursos y apoyos financieros ofrecidos para los canales que les permiten expandir su portafolio, y en el caso del ensamble, volverse especialistas en ciertas soluciones y obtener beneficios.

“El ensamble permite que usuarios experimentados puedan realizar ajustes de acuerdo a sus necesidades, exprimir al máximo la funcionalidad de ciertos componentes, o incluso mejorar la experiencia con tan solo pequeños cambios en hardware o software; sin embargo, aquellos usuarios con baja o nula experiencia pueden acercarse con el canal que tiene la misión de asesorar correctamente al usuario y generar valor como agente de resolución y no sólo como un vendedor”, concluyó Isaí Soto, Ingeniero de Aplicaciones UPS en Koblenz México.

ISAÍ SOTO

Recomendaciones para generar valor en el mercado OEM

- **Aplicar estrategias de venta cruzada:** las estrategias de venta cruzada elevan el ticket promedio en aproximadamente un 30%. El mercado OEM tiene las características para llevar a cabo ventas consultivas a las que pueden incorporarse componentes de diversas áreas, como periféricos, accesorios y equipos de protección eléctrica.
- **Considerar las necesidades de los diferentes nichos:** el ensamble OEM requiere la capacidad de los canales de reconocer cuáles son las demandas de cada uno de los usuarios, ya que a través de la caracterización de sus potenciales consumidores, pueden alcanzar ventas focalizadas con mayor valor.
- **Ampliar y diversificar el portafolio:** Mantener una oferta amplia en todos los componentes es esencial para ofrecer a los usuarios finales soluciones novedosas, y así, incrementar su lealtad para realizar compras en futuras ocasiones.
- **Alianzas con fabricantes y mayoristas:** A través de una comunicación conjunta con mayoristas y fabricantes, los canales pueden obtener beneficios que potencien sus actividades en el mercado OEM. A través de capacitaciones, acceso a ofertas e información exclusivas el canal puede consolidar sus ventas y generar nuevas oportunidades de negocio.



Marcas que hacen ganar

KESINGTON

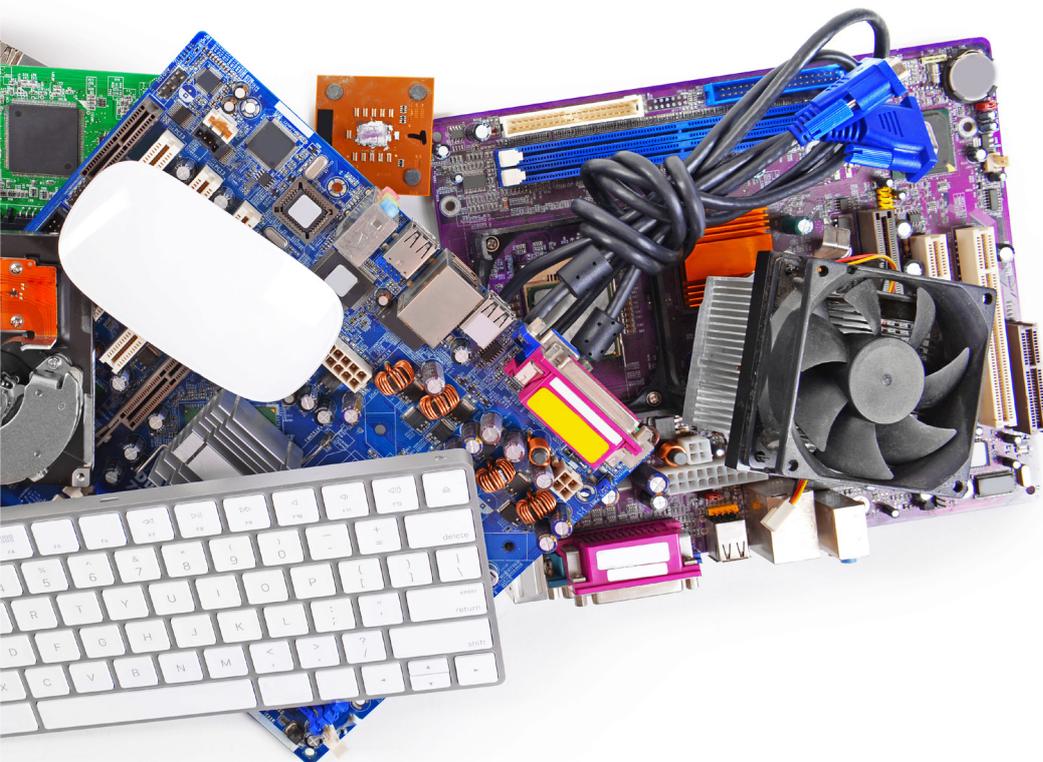
Rodrigo Conde Valdez, Gerente de Operaciones y Producto.

El ejecutivo detalló que el portafolio de Kensington para ensamble incluye productos como Brazos Elevadores y stands para monitores, laptops, Docking Stations y accesorios de Ergonomía. Además de contar con capacitaciones, producto demo, soluciones avanzadas en seguridad física y programas de lealtad como parte de su esquema de trabajo y apoyo para los canales interesados en adquirir sus soluciones.

“En Kensington, identificamos áreas en las que el lugar de trabajo ha evolucionado al ser más personalizado, productivo y ergonómico. Kensington crea soluciones para los profesionales y organizaciones comprometidas con inspirar y cuidar a su fuerza productiva para que se desempeñe al máximo nivel” subrayó.



rodrigo.condevaldez@kensington.com





NOTEBOOKS

Por: Raúl Ortega

LAS NOTEBOOKS SON UNA HERRAMIENTA INDISPENSABLE PARA EMPRESAS Y USUARIOS FINALES, POR LO QUE CONTAR CON ESTOS PRODUCTOS EN EL CANAL, ES UNA TENTATIVA DE RECURRENCIA EN NEGOCIO, MÁS AÚN, ESPECIALISTAS ASEGURAN QUE 2023 SERÁ EL AÑO DE RENOVACIÓN DE LA GRAN BASE INSTALADA DURANTE LA PANDEMIA DEBIDO AL TRABAJO REMOTO, EL HOME SCHOOL Y EL ENTRETENIMIENTO DESDE CASA.

acer

Nx.a23al.00e



Características: Con procesador Intel Core i5 1135g7, pantalla 14" HD, 8 GB RAM, 512 GB SSD, Windows 11 home y un año de seguro contra robo.

Garantía: Un año.

israel.hernandez@acer.com

acer

Nx.kjeal.004

Características: Con procesador AMD Ryzen 5 7520U, pantalla 15.6" FHD, 8 GB RAM, 512 GB SSD, Windows 11 home, un año de seguro contra robo, azul, incluye funda y mouse.

Garantía: Un año.

israel.hernandez@acer.com



DELL TECHNOLOGIES

Latitude 3440



Características: Con la 13va generación de procesadores Intel, ofrece varias opciones de memoria, gráficos discretos y Optimizer para mejorar la experiencia.

Garantía: Tres años en fábrica, extensibles hasta dos años adicionales.

DELL TECHNOLOGIES

Latitude 5440

Características: Notebook escalable, sostenible, flexible, productiva y segura en un solo equipo, con múltiples opciones de batería para mantenerse funcional en todo momento. Con última tecnología para elevar la experiencia del usuario desde el hardware hasta el software.

Garantía: Tres años en fábrica, extensibles hasta dos años adicionales.



acer

intel®



Ideal para tareas en casa y escuela

Aspire 3

A315-58-3550
NX.ADDAL.01P

Pantalla 15.6" Full HD

RAM expandible hasta 12GB

Almacenamiento de 128GB SSD, expansión compatible con SSD y HDD

Diseño moderno color plata



Procesador Intel® Core™ i3



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



GHIA

Only Due pro - 2d110cp



Características: Pantalla touch desmontable de 10.1", batería de 6000 mAh, teclado desmontable que permite utilizarla como tablet.

Garantía: Un año.

GHIA

Shift pro - 2n1c211cp

Características: Ideal para el trabajo en casa y escuela, cuenta con una batería de 8,000 mAh, además de contar con una pantalla táctil de 11.6" y una bahía de expansión para SSD en formato M.2 SATA para guardar todos los proyectos.

Garantía: Un año.



HUAWEI MateBook D14



Características: Equipada con un procesador Intel Core i7-1360P de 13ª generación actualizado, que adopta el nuevo proceso SuperFin de 10nm de Intel, con 12 núcleos y 16 subprocesos, lo que ayuda a los usuarios a hacer frente a escenarios de aplicaciones complejas. Equipada con la tarjeta gráfica Intel Iris Xe, el número máximo de unidades de ejecución es de 96, y presenta un rendimiento de procesamiento gráfico excepcional.

Garantía: Dos años con Huawei Care.

HUAWEI MateBook X Pro 2023

Características: Cuerpo metálico suave al tacto con la piel, peso de 1.26 kg, pantalla de 14.2 pulgadas con una relación pantalla/cuerpo de hasta el 92.5% que ofrece una amplia visión envolvente. La alta frecuencia de actualización de 90 Hz y la alta resolución 3.1K ofrecen una perspectiva más clara del trabajo y las necesidades diarias.

Garantía: Dos años con Huawei Care.



LANIX Neuron V

Características: Equipo de gran rendimiento con pantalla Full HD de 15.6", procesador Intel Core i5, almacenamiento de estado sólido de 512 GB y memoria de 8 GB DDR4, batería Smart Lithium de 4 celdas, teclado numérico extendido retro iluminado multi color, Windows 11 y peso 2.0 kg.

Garantía: Un año.



LANIX Neuron X Pro

Características: Con procesador Intel Core i5 de 11ava generación, almacenamiento de estado sólido de 512 GB y memoria de 8 GB DDR4 para un rendimiento optimizado. Pantalla touch de 14" con giro de pantalla de 360 grados para usarse en modo portátil o como tablet, gráficos dedicados Intel Iris Xe, batería de 7000 mAh, lector de huella digital y chasis metálico de tan solo 1.56 kg.

Garantía: Un año.



eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

SÍGUENOS CON UN **LIKE**



f /Revista eSemanal

www.esemanal.mx



MICROSOFT

Surface Laptop 5



Características: Equipado con procesador Intel Core de 12a generación integrado en la plataforma Intel Evo y Windows 11. Cuenta con una pantalla táctil PixelSense de 13.5" o 15" y la nueva Sage Plus Battery life que alarga la duración de la batería.

Garantía: Limitada en hardware un año.

MICROSOFT

Surface Pro 9

Características: Equipo 2 en 1, capaz de convertirse en una tableta o computadora portátil. Equipado con Windows 11 y procesador Intel 12a generación integrado en la plataforma Intel Evo, pantalla Flujo PixelSense 13". Ofrece duración de batería de hasta 18 horas. Versión 5G disponible.

Garantía: Limitada en hardware un año.



XPG

Xenia 15g 4060

Características: Equipada con un procesador Intel Core i7-13700H de 13ª generación, junto a la GPU NVIDIA GeForce RTX 4060 y memoria RAM ADATA DDR5, XENIA 15G ha sido creada para manejar con facilidad cualquier tarea que se requiera realizar. Su diseño garantiza un rendimiento estable y fluido incluso en actividades extremas como edición de video y videojuegos.

Garantía: Un año.

erika_lopez@adata.com



XPG

Xenia 15g 4070

Características: Equipada con un procesador Intel Core i7-13700H de 13ª generación, junto a la GPU NVIDIA GeForce RTX 4070 y memoria RAM ADATA DDR5, XENIA 15G ha sido creada para manejar con facilidad cualquier tarea que se requiera realizar. Su diseño garantiza un rendimiento estable y fluido incluso en actividades extremas como edición de video y videojuegos.

Garantía: Un año.

erika_lopez@adata.com



TechZone siempre en la búsqueda de más oportunidades

Por: Álvaro Barriga

•CELEBRA 15 AÑOS DE INNOVACIÓN

•AMPLIO PORTAFOLIO DE PRODUCTOS PARA DIFERENTES SECTORES

•RECONOCE Y AGRADECE EL APOYO DEL CANAL

“Gracias por apoyar nuestros proyectos, nuestras ‘locuras’ a veces. Estos primeros 15 años han sido una aventura divertida, hemos vivido tantas cosas, incluso personales de amistad con muchas personas. Recuerdo que cuando iniciamos queríamos lanzar una marca que pareciera tener toda la vida en el mercado y lo hicimos con un lanzamiento el mismo día en el canal, el retail y todos los espacios importantes. Creo que desde la forma en que nació la marca fue un acierto, hicimos que fuera un protagonista de la industria desde el principio y definitivamente en el canal de distribución”, afirmó Francisco Romero, Director de TechZone. Recordó que Fernando Miranda y Adolfo Mexía, así como Ingram Micro y Antonio Treviño, fueron de los primeros en darles su voto de confianza, y poco a poco fueron creciendo. “Durante muchos años fuimos como su marca de casa de ellos, como si fuera marca propia”.

*“Me siento lleno de satisfacción, con muchísimo gusto de poder estar platicando hoy después de 15 años algo que un día lo platicamos como un sueño y que hoy estamos prácticamente en todos los mayoristas grandes, o sea los que son significativos en este rubro, en este nicho de negocio, en prácticamente todas las cadenas de retail. Somos estándar en prácticamente todas las dependencias de gobierno con algún producto, sobre todo con la parte de seguridad física de cómputo. Estamos estandarizados en una gran cantidad de corporativos como estándar corporativo también”:
Francisco Romero.*

Hoy la marca cuenta con cerca de 8 mil distribuidores a nivel nacional que revenden, distribuyen e integran productos de TechZone en soluciones de tecnología hacia las micro, pequeñas, medianas y gran empresa, así como corporativos, sector educativo.

El esfuerzo de la compañía para estar en todos los segmentos de mercado ha sido una labor intensa, según el experimentado directivo, quien también reconoció que no todo el camino ha sido en ascenso, prueba de ello fue la contingencia sanitaria derivada de la pandemia. “Fue un reto enorme para todas las marcas y para todas las empresas. Y nosotros podemos decir que no solamente salimos bien librados, sino fortalecidos, con líneas de producto que nos obligaron a desarrollar nuevos nichos”. Explicó que vieron cómo su negocio de backpacks, que era el principal, con aproximadamente el 50% de sus ventas de mochilas de laptop, se fue a cero en un mes y no regresaron hasta dos años después. “Tuvimos que suplir esos 50% de ventas con nuevos productos, con nuevas tecnologías y tuvimos que reinventar nuestro negocio. Afortunadamente hoy la mochila se vuelve a vender”. Otro tema que ha favorecido a los negocios de la marca es la reactivación del trabajo presencial, aunado a que ahora todo mundo quiere salir, desde a trabajar, a divertirse, ir a los estadios, convenciones, etcétera; es decir, tener contacto físico otra vez.

Más negocios

“Estamos en el negocio de la movilidad, en el que la gente necesita estar en movimiento y ahí es donde nosotros podemos proporcionar herramientas de trabajo, de productividad y estamos viendo otros nichos donde hay grandes oportunidades de crecimiento como es el tema de punto de venta”, explicó Romero, quien añadió que el e-commerce es sin duda uno de los nichos o de los segmentos de canales de distribución que más creció y crecerá.

***“El ADN de nuestra empresa y de nuestra marca es innovación, estar buscando todo el tiempo cómo poder dar nuevas soluciones, nuevas tecnologías, cosas que hagan que la vida sea más fácil y más productiva para las empresas y para las personas. Entonces, el punto de venta lo vemos como una herramienta crucial, esencial, con futuro, con gran desarrollo y además tecnológicamente retador, no solamente para nosotros, sino para nuestros canales”*: Francisco Romero.**

El directivo explicó que un canal especializado en punto de venta, con infraestructura de implementación, conocimiento técnico, forma de financiar y contactos, tiene mucho potencial, ya que es un nicho donde hay dinero y oportunidad.

Al preguntarle si no llegaron tarde al mercado de punto de venta, el directivo respondió: “De entrada, vimos una oportunidad por la falta de inventario de parte de varias marcas, eso nos permitió poder entrar y hacer que nos voltearan a ver grandes corporativos, justo en un momento estratégico de ausencia de abasto de inventario.”



FRANCISCO ROMERO

Esta ventana que se abrió, creo que la aprovechamos muy bien. Entonces, grandes corporativos como Alsea, como las farmacias del Ahorro, las farmacias de Guadalajara, Starbucks, el Cheesecake Factory, entre mucho más nos dieron la oportunidad de mandar a prueba nuestro producto y quedó homologado. Y eso nos da la oportunidad de poder estar estandarizados con ellos y entrar poco a poco a diferentes cuentas, a lo mejor con una impresora, con un escáner. Sin embargo, eventualmente nos están dando la oportunidad de entrar con otras categorías”, expresó.

Para el director, TechZone POS es una muestra de la fortaleza del nombre de la marca, con reconocimiento en el canal y el usuario final. Por otra parte, explicó que como Grupo Ginga tienen otras marcas que atienden a diferentes nichos como gaming, además tienen algunas licencias que les permiten desarrollar equipos atractivos como la línea NASA.

Valor del canal

Francisco Romero resaltó la labor del canal para la marca, sobre todo aquellos que atienden a la PyME, no obstante, dejó en claro que para TechZone es importante estar con todos para atender sus necesidades y generar negocio.

Sobre la calidad de sus productos, expresó que algo que les ha hecho permanecer por 15 años en el mercado es el estándar de calidad, “brindamos una experiencia de uso óptima a un precio justo, y eso el usuario lo reconoce”.

Por último, Romero indicó que la oferta de la marca está disponible con los mayoristas CompuSoluciones, CT Internacional, CVA, Exel del Norte, Ingram Micro, entre otros. Invitó a conocer la oferta completa de la marca y dijo estar seguro que el canal encontrará oportunidades al comercializar los productos de la marca.



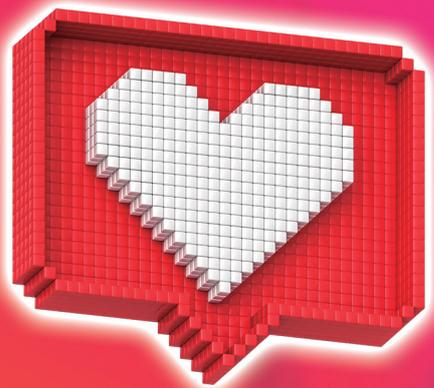
eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

MANTÉNTE CERCA



Síguenos en
revista_eseamanal



www.esemanal.mx

VCP Tecnología: 10 años de valor para el retail

Por: Karime Vázquez

VCP TECNOLOGÍA, DISTRIBUIDOR DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS, CELEBRÓ SU DÉCIMO ANIVERSARIO ACOMPAÑADO DE FABRICANTES Y CANALES; EN EL EVENTO HUBO PRESENTACIONES DE LAS NOVEDADES DE LAS MARCAS ASOCIADAS, SU PORTAFOLIO DE MARCAS PROPIAS Y LOS PLANES DE CRECIMIENTO.

Conformada en 2013 y enfocada en distribuir soluciones para retail, VCP Tecnología celebró su décimo aniversario, durante el evento hubo presentaciones de las nuevas soluciones por parte de BenQ, Lenovo y McAfee, además de la participación de 4gamers, HP e Intel.

Erik Castillo, Director y Fundador de VCP Tecnología, compartió con eSemanal que si bien hasta ahora su enfoque ha sido contar con un portafolio robusto para las necesidades de retail, han comenzado un proceso de transformación digital que tiene el objetivo de proveer soluciones para otras verticales, concentradas principalmente en el mercado corporativo y gobierno.

De esta manera, la empresa que cuenta con alianzas con fabricantes y desarrolladores de tecnología, además de proyectos para gobierno, busca expandir la distribución relacionada con las nuevas necesidades de la industria, como la ciberseguridad y los APIs.



ERIK CASTILLO

Alejandro Martínez, recientemente nombrado Director de Ventas, compartió que la estrategia para colocarse en nuevos mercados se concentra en utilizar la base con la que ya cuentan para comenzar a distribuir soluciones que complementen su portafolio actual.

Como parte de su oferta, la compañía cuenta con cinco marcas propias: Aktion, Be-Leaf, Frecuenz, Hai y Trip2Trip; que complementan la oferta de productos para el sector de retail con productos como audifonos, bocinas, gadgets, utensilios de cocina, viaje y estilo de vida. Como parte de su oferta, la empresa cuenta con la distribución exclusiva en México de la marca 4gamers, marca que contempla una oferta de productos enfocados para el mercado gamer, y que actualmente se distribuyen en tiendas de retail en todo el país.

Expansión de la mano del canal

Los planes a futuro de la organización contemplan la expansión de la base concretada durante sus primeros 10 años para llegar a nuevas verticales como gobierno, hotelería, educación y corporativo. Así lo expresó Erik Castillo, quien compartió que se encuentran en un proceso de transformación digital que tiene el objetivo de consolidar su participación en otras verticales, y que busca generar nuevas alianzas con los canales de todo el país.

A través de su modelo de atención y servicio, VCP Way, con el que buscan convertir la experiencia de cada cliente en un camino único, buscan consolidar sus alianzas con los canales interesados en conocer más sobre sus soluciones y las oportunidades que ofrecen.

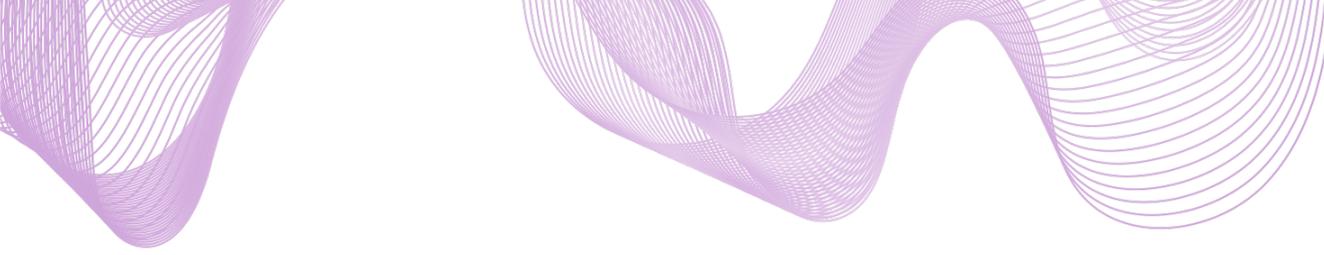
Finalmente, durante su presentación, Erik Castillo agradeció a su equipo y socios de negocio ya que “sin ellos no hubiera sido posible llegar a donde están, crecer al ritmo que han tenido y continuar consolidándose en el mercado” e invitó a los canales a acercarse a conocer su oferta que puede complementar sus portafolios y generar nuevas oportunidades de negocio.



Portafolio de marcas propias de VCP Tecnología

- **Aktion:** portafolio de productos enfocados en accesorios y gadgets para estilo de vida como bocinas, proyectores, ventiladores, etc.
- **Be-Leaf:** productos hechos para un estilo de vida sustentable como bolsas reutilizables, recipientes y aditamentos para el día a día.
- **Frequenz:** marca enfocada en el desarrollo de productos de audio hechos 100% en México.
- **Hai:** soluciones para smart home y espacios inteligentes.
- **Trip2Trip:** artículos para estilo de vida; mochilas, bolsas, viaje.





Acer

amplía su portafolio con cuatro nuevas soluciones

Por: Redacción eSemanal

• DURANTE COMPUTEX, LLEVADA CABO EN TAIPEI, TAIWÁN, LA COMPAÑÍA ANUNCIÓ LA AMPLIACIÓN DE SU CATÁLOGO CON LA INCLUSIÓN DE CUATRO NUEVAS SOLUCIONES.

El primer lanzamiento incluye la nueva Swift Edge 16, con procesadores AMD Ryzen de la serie 7040 y Wi-Fi 7, pantalla OLED 3.2K de 16 pulgadas con frecuencia de actualización de 120 Hz y compatibilidad con el 100% de la gama de colores DCI-P3 y Windows 11. Estará disponible en Norteamérica en julio, a partir de 1.299,99 USD.



Swift Edge 16

Predator Triton 16



Además, se anunciaron los detalles de la nueva Predator Triton 16, equipada con los procesadores Intel® Core™ de 13ª generación y GPU NVIDIA® GeForce RTX™ 4070 para laptops, con Windows 11, 32 GB de memoria DDR5 y ventiladores duales 3D AeroBlade™ de 5ª generación. Disponible en Norteamérica en septiembre, a partir de 1.799,99 dólares.

La marca también presentó su primer router ecológico Wi-Fi 6E mesh fabricado con materiales PCR, Connect Vero W6m, que cuenta con conectividad Wi-Fi 6E, desempeño Wi-Fi 6E tribanda AXE7800, velocidades de hasta 7.8 Gbps. Se puede emparejar con hasta 4 unidades y cuenta con alcances de

red de hasta 465m2 en un sistema mesh doble y de hasta 930m2 en un sistema mesh cuádruple, procesador A53 de cuatro núcleos MediaTek a 2 GHz con 1 GB de RAM LPDDR y 4 GB de capacidad de memoria.

Finalmente, la empresa rectificó su apoyo a los desarrolladores con el lanzamiento de herramientas que permiten experiencias 3D estereoscópicas que incluyen la compatibilidad con el Unity plug-in, la conformidad para su OpenXR Runtime, y la disponibilidad del controlador SteamVR Bridge. Las herramientas proporcionan una fácil portabilidad para contenidos y aplicaciones 3D estéreo y Extend Reality (XR) en dispositivos SpatialLabs Pro de Acer.



Connect Vero W6m

Gamergy 2023: el evento de gaming más grande llega a la Ciudad de México

Por: Karime Vázquez

- **EL EVENTO SE LLEVARÁ A CABO DEL 25 AL 27 DE AGOSTO EN EXPO SANTA FE Y SE ESTIMA QUE HABRÁ MÁS DE 3,000 ASISTENTES**
- **DURANTE ESTA EDICIÓN SE SUMARÁN EMPRESAS COMO HISENSE, HYPERX, LENOVO INTEL, MOTOROLA, TWITCH, Y POR PRIMERA VEZ, AMAZON**
- **EL OBJETIVO ES CONGREGAR A LAS MARCAS CON PORTAFOLIOS DE GAMING PARA QUE LOS USUARIOS TENGAN EXPERIENCIAS DE PRIMERA MANO CON SUS PRODUCTOS**

Juan Diego García, Director de Desarrollo de Negocios para GGTech Entertainment y Director de Gamergy Latinoamérica, junto a Enrique Arias, Director de Marketing de Telcel, y Eduardo Cazares, líder de producto de esports para Riot Games Latinoamérica, compartieron los detalles de Gamergy 2023 que se llevará a cabo en la Ciudad de México.

Gamergy 2023, un evento de entretenimiento, gaming y e-sports es patrocinado por Telcel, y contará con la participación y patrocinio de Amazon ads, Amazon music, Hisense, Hyper X, Lenovo Intel, Motorola y Twitch.

La llegada del evento a México significa una oportunidad para llegar a un mercado que cada vez cuenta con mayor exposición y demanda. "Gamergy es un evento de entretenimiento, no un evento empresarial. El objetivo es que los asistentes jueguen y tengan experiencias con los dispositivos de primera mano", subrayó Juan Diego García.



Adicional a las dinámicas del evento, por las que es distinguido como uno de los más importantes en su segmento, habrá stands diseñados para los diferentes rubros de gaming y e-sports, además de ser la sede para la final de la Liga Latinoamericana de gaming.

Oportunidad de acercarse al mercado gamer

Respecto a la alianza con las diversas marcas que tendrán participación en el encuentro, Juan García remarcó la relevancia de que todas se encuentren en un evento internacional que busca promover el mercado gaming que ha un crecimiento sostenido en Latinoamérica, especialmente en México.

Se espera que el aforo supere las 3,000 personas, entre los que destacan usuarios que buscan encontrar las ofertas y catálogos más recientes de las marcas, además de tener acceso a demostraciones, transmisiones en vivo y acercamiento con las marcas que cuentan con portafolios de gaming.



Smart Home, un mercado que crece a doble dígito en México y el mundo

Por: Redacción eSemanal

- DEACUERDO CON STATISTA EN 2026 LOS INGRESOS EN EL SEGMENTO DEL HARDWARE DOMÉSTICO INTELIGENTE ALCANZARÁN 12 MIL 580 MDD A NIVEL MUNDIAL
- EN 2022 Y 2023 LOS EQUIPOS MÁS VENDIDOS PARA HOGAR INTELIGENTE EN MÉXICO FUERON: CÁMARAS DE SEGURIDAD, CON 151%, INTERRUPTORES 65%, TIRAS LED 45%, CERRADURAS 33% Y DISPENSADORES DE ALIMENTOS PARA MASCOTAS 32%

Desde hace casi una década, la integración del WiFi con dispositivos de internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés), ha cambiado la forma en como se perciben los hogares al dotarlos de herramientas que convierten esos espacios en lugares más cómodos y seguros. “De pequeños, muchos soñamos con tener una casa como las de algunas películas o caricaturas, donde las luces se encendieran con la voz o podamos mirar a kilómetros de distancia si nuestras mascotas se encontraban bien. Todo eso y más ahora es posible con el internet de las cosas, y sin tener que gastar mucho dinero realmente. El futuro nos alcanzó. Para satisfacer esas nuevas necesidades, es que en los últimos años nuestra empresa ha ampliado sus soluciones de iluminación de última tecnología a otros segmentos de lo Smart que igualmente enriquezcan la vida de los usuarios”; explicó Héctor Olivera, Director de Marketing y Transformación Digital de Grupo Construlita, al que pertenece la compañía mexicana líder en iluminación inteligente Tecnolite Connect.

El crecimiento y expansión en el mercado del IoT, en particular para el hardware domestico inteligente o Smart Home, ha sido de tal magnitud que de acuerdo con Statista en 2022 alcanzó los 9 mil 590 millones de dólares, mientras que para el 2026 llegará a los 12 mil 580 millones de dólares a nivel mundial, lo cual explica a partir de la aparición y adopción de altavoces inteligentes para el hogar, siendo que los fabricantes de dispositivos del internet de las cosas para uso domiciliario los desarrollan garantizando su compatibilidad con cada una de las plataformas.

México

El potencial de mercado en el país para los productos relacionados con Smart Home es sumamente amplio, no sólo por los bajos costos, sino por los 24.3 millones de hogares que ya cuenta con acceso a internet, lo que representa el 66.4% de todas las casas en México, de acuerdo con datos oficiales (ENDUTIH, del INEGI).

De acuerdo con datos internos de TecnoLite (empresa que ofrece hardware doméstico inteligente bajo la marca TecnoLite Connect), las familias de su catálogo para uso en interiores con más crecimiento en ventas por piezas, entre el 2022 y lo que va del 2023, son:

Cámaras de seguridad: 151%.

Interruptores: 65%.

Tiras LED: 45%.

Cerraduras: 33%.

Dispensadores de alimentos para mascotas: 32%.

En México, el producto para Smart Home más popular son los focos LED, aunque otras categorías actualmente se están abriendo camino en el mercado nacional.

“Con costos cada vez más competitivos y asequibles, nos hace sentido que las cámaras de seguridad destaquen en primer lugar si consideramos que tras la pandemia las personas han vuelto a sus recintos de trabajo y escuelas, descuidando los hogares. Si bien el robo a casa habitación ha disminuido en los últimos años, teniendo su mayor caída en el 2020 debido a la cuarentena por el COVID-19, de enero a abril del 2023 se denunció este delito 18,749 veces en todo el país, según datos libres del Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública”: Héctor Olivera.

Finalmente, el uso masivo de estos dispositivos principalmente en las grandes urbes, permite que fabricantes mejoren sus precios al tiempo que los usuarios se ven beneficiados con herramientas de vigilancia o confortabilidad, así lo compartió el Director de Marketing y Transformación Digital de Grupo Construlita: “Mientras este segmento siga creciendo y se vendan cada vez más productos del internet de las cosas para domicilios, las empresas podremos ofrecer todavía mejores precios y con ello hacer más confortable y segura la vida de las personas. En este sentido, la tendencia es obviamente tecnológica, pero en el fondo busca la accesibilidad y la democratización, que todos puedan disfrutar de la innovación digital en donde viven sus mejores momentos: el hogar”: finalizó.



Zenbook S 13 (UX5304) de **ASUS**



Laptop con pantalla lumina OLED 16:10 de 13.3", resolución 2.8K (2880 x 1800), certificación Dolby Vision, representación de color Pantone Validated y certificación VESA DisplayHDR True Black 500, que garantiza detalles y niveles de negro profundos.

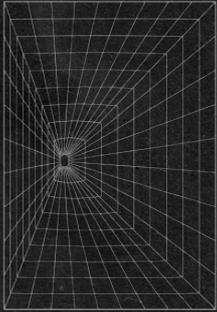
Descripción

Tiene un peso de 1kg y un perfil de 1cm. Su construcción utilizó metales y plásticos reciclados, embalaje con certificación FSCTM Mix. Sistema de audio certificado por Harman Kardon con sonido envolvente Dolby Atmos.

Características

- Procesador Intel Core i7 de 13ª generación con 10 núcleos
- Certificación Intel Evo
- 16GB de RAM LPDDR5, SSD PCIe 3.0 de 1TB
- Dos puertos Thunderbolt 4 USB-C, HDMI 2.1
- Puerto USB 3.2 Gen 2 Tipo-A, y una toma de audio de 3.5 mm
- Capacidad de la batería de 63 Wh
- Cámara IR FHD con funciones de IA
- Inicio de sesión facial con Windows Hello

contactame@esemanal.mx



WorkForce Pro WF-C579R de **EPSON**

Multifuncional 4 en 1, reconocido como el escáner más rápido de la línea A4 de la marca. Cuenta con velocidades de 24 ppm en ISO (negro / color), sin tiempo de calentamiento, con un alimentador automático (ADF) de 50 páginas, impresión a doble cara, copiado, escaneo y envío de faxes a una velocidad de 30 ipm en negro o en color.

Descripción

Con la tecnología de inyección de tinta PrecisionCore Heat-Free, la cual ayuda a reducir el consumo de energía al eliminar el calor del proceso de eyección de tinta. Integra un sistema de bolsa de tintas reemplazables, que pueden suministrar tinta para imprimir hasta 50,000 páginas en negro o 20,000 a color.

Características

- Enfocado en el ahorro de tinta
- Equipo duradero con un bajo impacto ambiental
- Impresión para oficina con tecnología sin calor
- Soporte de PCL1/Adobe PostScript 3 para trabajos compartidos en una red
- Integración con aplicaciones para gestión de dispositivos

contactame@esemanal.mx



Liebert GXE de **VERTIV**

SUPS monofásica para redes de TI distribuidas y aplicaciones de computación en el borde. Ofrece rendimiento para una protección segura y eficiente del suministro eléctrico en sectores tanto industriales como empresariales y gubernamentales.

Descripción

De doble conversión en línea, disponible en capacidades nominales de 6 y 10 kVA en configuraciones de torre o montaje en rack. El tiempo operativo de la unidad puede ampliarse con hasta cuatro gabinetes para una protección de respaldo más prolongada.

Características

- Pantalla LCD a color e intuitiva
- Factor de potencia de salida de 1,0 permite un suministro eléctrico continuo y confiable
- Protección contra interferencias en el suministro de CA, y protección contra sobretensiones de entrada
- Reemplazo de baterías VRLA en caliente
- Costos de mantenimiento mínimos
- Con un cargador de 4 A para una recarga rápida de las baterías: hasta un 90% en tres horas
- Ofrece capacidades de monitoreo remoto

contactame@esemanal.mx

eSemanal

NOTICIAS DEL CANAL

SUSCRÍBETE AL NEWSLETTER

para enterarte de todas las
noticias de la industria tic

SUSCRIBETE AL NEWSLETTER



eSemanal
NOTICIAS DEL CANAL

**MANTENTE INFORMADO
EN NUESTRAS
REDES SOCIALES**

