



ENTREVISTA DE TAPA

FERNANDO SÁNCHEZ WIESE. SALES VP - DISTRIBUTION & COMMERCIAL, DIVISIÓN ENTERPRISE EN HUAWEI ARGENTINA
"SABEMOS QUE ESTAMOS GANANDO MERCADO AGRESIVAMENTE"

INFORME ESPECIAL

GAMING: UNA INDUSTRIA QUE CRECE SOSTENIDAMENTE EN TODO EL MUNDO

A dos manos



7"



10"



15"



intel
core i3

intel
celeron

LÍNEA DE NOTEBOOKS Y TABLETS

kanji

INSPIRÁ TU MUNDO



USE
UPS POWER

**Sus equipos protegidos,
SIEMPRE**



WINNER PRO+
Rack / Tower

BENEFICIOS Energía continua y de calidad | Protección ante apagones
Funcionan con baterías internas | Anti variaciones de voltaje
Rendimiento de sus equipos 24x7 | Sin pérdida de información valiosa

AVALADO POR ISECOM S.A.



info@isecom.com.ar



isecom
mayorista en tecnología

Buenos Aires | Córdoba | Mendoza | Rosario



Sumario #228 Septiembre 2023

8 | GAMING: UNA INDUSTRIA QUE CRECE SOSTENIDAMENTE EN TODO EL MUNDO

INFORME ESPECIAL: GAMING

16 | La propuesta de Forza para proteger la inversión de los gamers.

22 | Intel: “Argentina destaca como una de las regiones con mayor potencial de crecimiento en la industria del PC gaming”.

26 | Primus destaca su acuerdo con Disney para el uso de la franquicia de Star Wars.

30 | Schneider Electric presenta su UPS diseñada para gamers.

34 | Logitech: “Para cada segmento tenemos una oferta de productos dedicada y una comunicación visual definida”.

38 | Hiksemi: “Contamos con soluciones de almacenamiento y memoria para gamers”

40 | Lenovo: “Brindamos un ecosistema completo de productos, servicios y soluciones”.

42 | Dell: “Estamos observando diferentes perfiles de usuarios y oportunidades relacionadas”

44 | AMD destaca su ampliado y actualizado line up de productos.

46 | Distecna: “Adoptamos un enfoque orientado a la comercialización de soluciones integrales”.

48 | Intermaco: “Todo el año contamos con disponibilidad de una amplia carta de productos gaming”.

50 | Air Computers expone su partnership con GEMEMAX

52 | Red Dragon / Patriot

53 | Western Digital / Boetec

54 | LG / Kingston

56 | Huawei: “Sabemos que estamos ganando mercado agresivamente”.

62 | Licencias OnLine: “Automatización: claves para acelerar la transformación digital de las empresas”.

66 | Dahua impulsa sus “New Business” a través del Dealer Partner Program.



Demanda asegurada

Aún en los momentos más desafiantes para el mercado IT hay segmentos que siempre se destacan por sobre otros, y aún con una menor actividad, permanecen demandantes. Sin dudas, uno de esos casos es el gaming –y ahora también el de steamers–, ya que los jugadores, principalmente los profesionales, pero también los ocasionales, siempre están atentos a las últimas innovaciones y además no pueden estar ni un día sin el equipamiento completo en el caso de alguna falla, por lo que son capaces de invertir gran parte de sus ingresos para mantenerse a tope a la hora de competir o llevar a cabo sus partidas.

La constancia y lo prometedor de este mercado puede observarse no solo en el foco que le han puesto diferentes compañías internacionales, con adquisiciones de marcas consolidadas y eventos exclusivos para este segmento, por ejemplo, sino también en las empresas locales, con marcas nacionales que ha impulsado sus líneas gamer e incluso han enfocado sus cañones exclusivamente a este tipo de productos, y también en los mayoristas, que han incorporado este negocio aun cuando su foco original tenía que ver con otro tipo de cliente final.

Claro que el desafío actualmente pasa por la disponibilidad de producto, pero bien vale la pena identificarse como un canal gamer dado no solo el crecimiento continuo que ha tenido este mercado en los últimos años en el mundo (ver informe en esta revista), sobre todo después de la pandemia, impulsado por diferentes drivers, que además se caracteriza por un ticket promedio alto. En esta edición, la amplia y creciente propuesta de marcas y mayoristas de la Argentina.

Manténgase informado diariamente en www.enfasys.net

Puede leer online y descargar la versión digital de esta revista o números anteriores en www.enfasys.net/revista-digital/

Director Ejecutivo
Oscar Suárez
osuarez@mediaware.org

Editor
Leonardo Barbieri
lbarbieri@mediaware.org

Director
Matías Perazzo
mperazzo@mediaware.org

Para publicar en este medio:

ventas@enfasys.net
www.enfasys.net/publique/

La empresa editora no se responsabiliza por las opiniones o conceptos vertidos en los artículos, entrevistas y avisos.

Prohibida su reproducción parcial o total sin autorización.

Edita, comercializa y distribuye:



Av. Jujuy 2073 piso 2,
Distrito Tecnológico,
Buenos Aires, Argentina
Tel.: +5411-4308-6642



EATON



UPS Eaton 5E

La Línea Interactiva que proporciona protección energética rentable y fiable contra los cortes y la mala calidad de energía.

- ▶ Fácil instalación.
- ▶ Amplia gama que va desde los 500 a 2000 VA de potencia.
- ▶ Integración automática con Windows, Mac y Linux.



SEGUINOS EN NUESTRAS REDES:

 Microcom Argentina  @microcomarg  Microcom Argentina S.A.  @microcomarg  Microcom Argentina

ROSARIO:

Ricchieri 65 bis., CP: 2000LOA
Tel. (0341) 434 4900 / Mail: rosario@microcom.com.ar

CAPITAL FEDERAL:

California 2082 D114/115, Barracas, CP: 1289AAP
Tel. (011) 2152 3410 / Mail: buenosaires@microcom.com.ar

GAMING: UNA INDUSTRIA QUE CRECE SOSTENIDAMENTE EN TODO EL MUNDO

De acuerdo con el Global Games Market Report 2023 de NewZoo, el número de jugadores superará los 3.300 millones este año. Además, el mercado generará la asombrosa cifra de 187.700 millones de dólares, lo que representa un crecimiento interanual del +2,6%. “Esto representa un logro dado los numerosos factores macroeconómicos en juego. El mercado giró en una dirección correctiva en 2022 y, después de la pandemia, en 2023 se lo verá crecer una vez más”, destaca el informe.



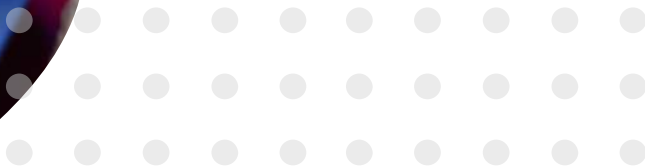


Uno de los fenómenos de este mercado es que no se trata de una cuestión vinculada solo a adolescentes: la distribución entre las franjas etarias es muy pareja, con un 24% en el segmento 18-24, un 33% en 25-34, un 24% en 35-44 y un 19% entre los de más de 45, de nuevo según Newzoo.

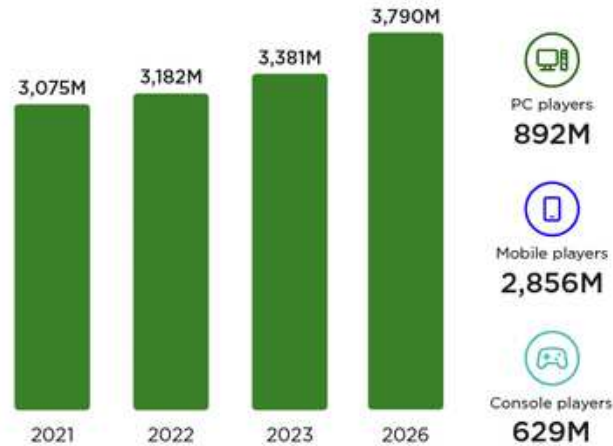
Según NewZoo, el número de jugadores en todo el mundo alcanzará los 3.380 millones en 2023, con un crecimiento interanual del +6,3%. Asimismo, estima que existen cerca de 26 millones en la Argentina, distribuidos en tres categorías: los

profesionales y fanáticos (hardcore gamers), que representan el 3% del total; los amateurs (45%), que dedican unas 10 horas semanales a jugar, y los jugadores ocasionales (52%), quienes suelen jugar desde el celular.

Como drivers, NewZoo señala los muchos títulos retrasados muy esperados lanzados este año, con más lanzamientos programados para el segundo semestre, la oferta de nuevas consolas para finalmente alcanzar la demanda, entre otros.



Global player forecast 2021-2026



Uno de los fenómenos de este mercado es que no se trata de una cuestión vinculada a adolescentes, sino que la distribución entre las franjas etarias es muy pareja, con un 24% en el segmento 18-24, un 33% en 25-34, un 24% en 35-44 y un 19% entre los de más de 45.

NewZoo también destaca que, en términos relativos, los mercados menos maduros de Oriente Medio y África (+12,3% de crecimiento interanual de jugadores) y América Latina (+6,1%) disfrutarán del mayor crecimiento de jugadores en 2023.

“Podemos ver que la mayoría de las regiones disfrutarán de un crecimiento saludable de los ingresos por juegos en 2023”, asegura en ese mismo sentido. “Las regiones de Medio Oriente, África y América Latina crecerán un +6,9% y un +4,3%, respectivamente. Si bien cada uno de estos mercados representará menos del 5% del mercado mundial de ingresos por juegos, seguirán viendo un crecimiento, a pesar de los desafíos de privacidad de los dispositivos móviles, gracias a la mejora infraestructura de Internet móvil, acceso asequible a Internet, disponibilidad de juegos asequibles y la número creciente de usuarios de teléfonos inteligentes”, pronostica.

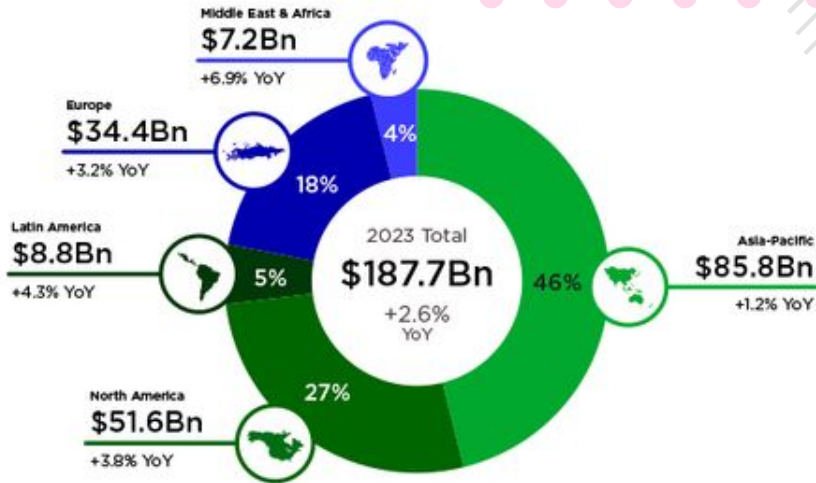


“El número de jugadores globales seguirá creciendo con un CAGR 2021-2026 de +4,3% para llegar a 3.790 millones de jugadores a finales de 2026”.

El informe también hace hincapié en los juegos en la nube, “un mercado en crecimiento dominado por unos pocos servicios que representan a la mayoría de los usuarios de pago. Este mercado tiene el potencial de acumular 43,1 millones de usuarios de pago para finales de 2023, y este número crecerá hasta 80,4 millones para 2025”, estima.

2023 Global games market

Per region



Por otra parte, informa que, si bien los mercados de juegos para PC y consolas son fuertes y están en crecimiento, muchas empresas enfrentan un reto macroeconómico, mientras que la base de jugadores de consolas y PC está creciendo más lento que sus aspiraciones de crecimiento.

Un dato que revela el fuerte impacto de esta industria

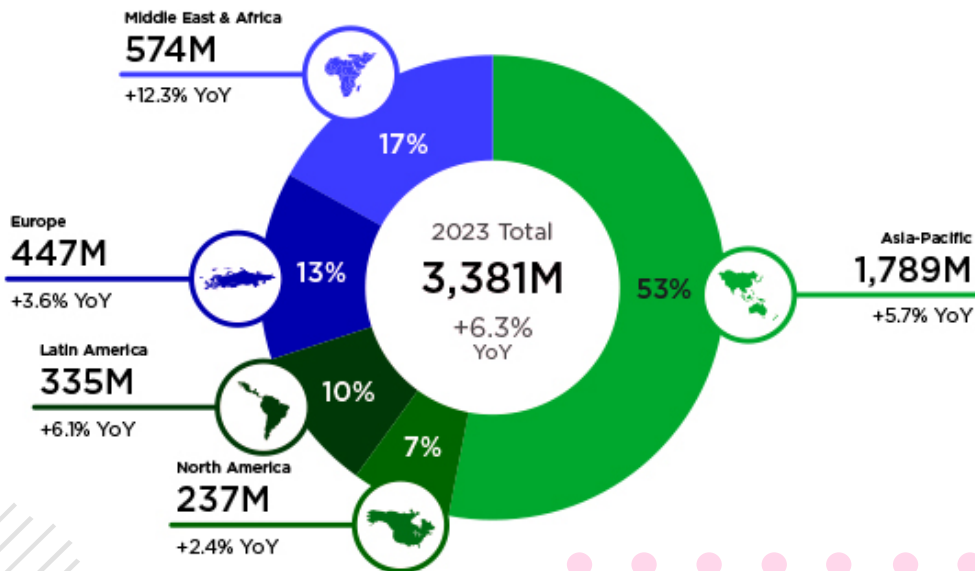
en el mercado local lo brinda el último informe de la Asociación de Desarrolladores de Videojuegos Argentinos (ADVA): el sector emplea a 1.495 profesionales. Según datos oficiales, en Argentina hay más de 100 empresas dedicadas a la industria de los videojuegos y más de 100.000 estudiantes de carreras universitarias y tecnicaturas vinculadas a esta industria.



“Si se suma consola, PC y móvil, el mercado mundial de juegos generará ingresos anuales de 212.400 millones de dólares en 2026.”

Además, el 71% de la producción local está destinada a las PC y el 61% a los smartphones. En total, en 2022 se lanzaron al mercado 39 videojuegos en el país.

2023 Global players Per region



En este contexto alentador, que va más allá de la coyuntura actual, entrevistamos a los principales referentes del mercado local, tanto de vendedores internacionales como de marcas locales y mayoristas, que apuestan fuerte por ganar participación a través del canal especializado.





La propuesta de Forza para proteger la inversión de los gamers


Marianela Suco aseguró que hoy los gamers son conscientes de la importancia de proteger sus costosos equipos de posibles fallas en el suministro de energía de red y detalló las características de las UPS de la línea SL que la marca tiene disponible para este nicho de mercado.

Para atender la demanda del mercado gamer, Forza Power Technologies cuenta en el mercado local, en su línea SL, con dos modelos de UPS de topología interactiva: la SL-2002UL-A y SL-1502UL-A, que ofrecen una potencia real de 1200W y 900W, respectivamente, para proteger equipos de alta gama con placa gráfica dedicada y consolas contra cortes o anomalías en el suministro de energía.

“Con respecto a los gamers, hay dos puntos clave a tener

en cuenta, el primero es que invierten mucho dinero en sus equipamientos, por lo que van a requerir protegerlo eléctricamente teniendo en cuenta que están poniendo mucho en riesgo si los conectan directamente a la red eléctrica”, advirtió Suco. “Por otro lado, el gamer más profesional también requiere protegerse ante un corte de energía, por lo que tener su PC conectada a una UPS le permitirá terminar su juego y no quedar afuera de un campeonato. Con nuestro equipo, a media carga, contará con 12 minutos de autonomía”, informó.

MARIANELA SUCO,
TERRITORY
MANAGER PARA
CONO SUR DE
FORZA POWER
TECHNOLOGIES.



“El mensaje que le queremos dar al canal es que a pesar del contexto estamos haciendo nuestro mayor esfuerzo para mantener la posición que habíamos logrado en el mercado como marca junto con nuestros partners”.



La entrevistada destacó otro producto que puede ser útil y complementar la experiencia del gamer o entusiasta. Se trata de la Mini UPS de batería de litio de Forza, modelo DC-140. “Es ideal para quienes juegan en línea, brindando a los routers una autonomía de hasta 4 horas en el caso de un corte de luz, lo que les va a permitir seguir jugando si lo que requieren es seguir conectados a Internet”, señaló.

Concientización

Para la Territory Manager para Cono Sur de Forza Power Technologies, “el gamer en general es muy cuidadoso, tiene bastante conocimiento y se apoya en tutoriales que puede

Forza distribuye sus productos en la Argentina a través de los mayoristas Free, Grupo Núcleo, Masnet y el recientemente incorporado Intermaco.

encontrar en Youtube o Twitch en los que encuentra recomendaciones de cómo proteger sus dispositivos”. Y sostuvo que más allá del trabajo que puedan hacer los canales con sus clientes, “el mejor camino es que estos reconozcan genuinamente esta necesidad y pidan el producto, que es efectivamente lo que está pasando actualmente”, aseguró.

Apoyo al canal

Teniendo en cuenta el particular contexto que vive el mercado argentino, el foco actual de Forza está puesto en tener disponibilidad de producto con el apoyo de sus mayoristas en la Argentina: Free, Grupo Núcleo, Intermaco y Masnet. “Lo más importante es tener productos y dar respuesta a los canales en sus necesidades, por ejemplo si se genera un RMA. Tengo los canales de comunicación abiertos para atenderlos”, enfatizó.

Forza Serie SL

"La serie SL es conocida por su rendimiento excepcional en lo que respecta a la protección de dispositivos conectados y componentes valiosos ante

pérdidas o daños causados por sobretensiones transitorias y fallas en el suministro eléctrico. Con un diseño sin ventilador a la par con una estructura excepcional de enfriamiento, constituye la solución perfecta para mantener la estabilidad funcional de PCs de alto rendimiento y consolas de videojuegos”, destacó Marianela Suco.

"La serie SL de sistemas UPS inteligentes de Forza ha sido rediseñada con una innovadora pantalla LCD táctil, caracterizada por una interfaz de usuario fácil de usar y por la visualización de los niveles de energía en tiempo real. Esta serie se ha posicionado a la vanguardia en su clase al integrar la regulación de voltaje, la supresión de sobretensión y las funciones de respaldo, todo en una sola unidad", explicó.

UPS SL-2002UL-A

Capacidad: 2000VA/1200W
Topología: Interactiva
Forma de onda: Onda senoidal simulada
Voltaje: 220V
Tipo de entrada: IRAM Type I
Tipos de salida: 4 x IRAM Type I
Comunicación: USB
Indicador visual: Pantalla LCD táctil
Software de gestión: Forza Tracker
Garantía: 3 Años



UPS SL-1502UL-A

Capacidad: 1500VA/900W
Topología: Interactiva
Forma de onda: Onda senoidal simulada
Voltaje: 220V
Tipo de entrada: IRAM Type I
Tipos de salida: 4 x IRAM Type I
Comunicación: USB
Indicador visual: Pantalla LCD táctil
Software de gestión: Forza Tracker
Garantía: 3 Años



Mini UPS DC-140USB

Capacidad: 14W
Topología: DC UPS cargador portátil
Forma de onda: DC Jack 5.5x2.5mm
Voltaje: 110V/220V
Tipo de entrada: NEMA 1-15P
Tipo de salida: 5V USB + 9V & 12V
Conectores DC
Indicador visual: Indicador visual LED
Garantía: 2 años



forza
POWER TECHNOLOGIES

**Continúa tu juego
sin interrupciones**

**Óptima protección contra cortes
imprevistos de electricidad**





“Argentina destaca como una de las regiones con mayor potencial de crecimiento en la industria del PC gaming”

Desde Intel destacan que Argentina es actualmente el tercer mercado de gaming más grande de Latinoamérica, con una base de 24.5 millones de jugadores. “Estos números siguen en constante crecimiento, lo que presenta una oportunidad significativa para nuestro negocio”, afirmó Mariela Lucchesi.

En la actualidad, observamos cómo diversas tecnologías basadas en la inteligencia

artificial están ganando terreno en la industria de los videojuegos. Nuestro compromiso es estar a la vanguardia de estas tendencias y satisfacer las necesidades de los gamers argentinos. Para lograrlo, ofrecemos una gama de productos y soluciones diseñados para impulsar su pasión por los videojuegos y aprovechar al máximo las ventajas que la inteligencia artificial puede brindar en este emocionante campo”, señaló la entrevistada.

MARIELA LUCCHESI,
LATAM MARKETING
DIRECTOR DE INTEL



"En nuestro compromiso de liderar el mercado argentino, fortalecemos a nuestros socios de canal con productos innovadores y apoyo integral, forjando juntos un futuro exitoso."

Lucchesi sostuvo que la industria gamer está cada vez más orientada a proporcionar experiencias inmersivas y cinematográficas de alta calidad. En este sentido, dijo que la CPU desempeña un papel fundamental en todo el sistema y tiene un impacto significativo en todos los aspectos de la experiencia de juego.

“Los procesadores Intel Core son la elección ideal para lograr una experiencia de juego fluida y de alta calidad. Están diseñados con una arquitectura híbrida de rendimiento x86, que ofrece hasta 32 hilos y hasta 24 núcleos, con 16 núcleos enfocados en la eficiencia y 8 en el rendimiento”, detalló.



“Argentina destaca como una de las regiones con mayor potencial de crecimiento en la industria del PC gaming, tanto en términos de aumento de la base de jugadores como en el incremento de las ganancias proyectadas hasta el año 2025. Nuestro compromiso es impulsar este crecimiento de manera sostenible y efectiva”.

También señaló que los gamers son conocidos por ser extremadamente exigentes en lo que respecta a la calidad de los gráficos. “Las GPU Intel Arc ofrecen un juego fluido, lo último en tecnologías visuales y la capacidad de crear contenido de alta calidad en todos los factores de forma, ya sea en equipos móviles o de escritorio”, aseguró.



Finalmente, destacó que Intel está llevando a cabo un trabajo constante y enérgico con todo el ecosistema relacionado con los videojuegos en Argentina, lo que abarca tanto la optimización de las computadoras de escritorio como la adaptación a las necesidades de los gamers en computadoras portátiles.

“Como líderes en tecnología, estamos comprometidos en aprovechar todas las posibilidades que este mercado en crecimiento ofrece, con un enfoque en la innovación, la calidad y la satisfacción de las demandas de los apasionados jugadores argentinos. El futuro del gaming en Argentina es prometedor, y estamos acá para ser parte activa de su evolución”, concluyó.




Primus destaca su acuerdo con Disney para el uso de la franquicia de Star Wars

Erika Merlo afirmó que Primus se caracteriza por estar a la vanguardia, “lanzando constantemente nuevos productos, de calidad y excelentes características técnicas, solventado la necesidad del mercado argentino brindándoles soluciones completas y al nivel del mercado”.

A la hora de hablar de las últimas novedades, Merlo compartió la buena noticia de que Primus cuenta con el licenciamiento de Disney para el uso de la **franquicia de Star Wars**. “Esto nos permite desarrollar una edición limitada de la Serie The Mandalorian, de la cual ya han llegado los primeros ejemplares a Air Computers”, informó.



ERIKA MERLO,
REGIONAL
TERRITORY
MANAGER PARA
CONO SUR DE
PRIMUS.



“El consumidor gamer se caracteriza por buscar siempre una nueva experiencia, pero con la tranquilidad que solo dan los productos de marcas serias como Primus. Para este consumidor estamos brindando todos los accesorios necesarios para que la experiencia de juego se disfrute mejor”.

Los productos bajo esta licencia cuentan con una tarjeta de autenticidad, certificando la serie de producción de cada producto, además de un pin coleccionable del famoso Grogu.

En este mismo sentido, la entrevistada adelantó a Enfasys: “Tan exitosa es la alianza con Disney que nos permite desarrollar una segunda colección con su personaje más demandado:



Darth Vader, y su nueva figura estelar, Ashoka Tano. En cada colección contaremos con headsets, auriculares TWS, mouse, teclado, mousepad y la silla Thronos. Esta nueva edición traerá también el certificado de autenticidad y, como una nueva estrategia, cada producto traerá un pin coleccionable distinto”, amplió.

Para el desarrollo de esta línea, el foco de Primus estará puesto en medios, vía pública, exhibiciones y redes sociales. “Pero, más allá de esto, siempre nos caracterizamos por escuchar las ideas de nuestros clientes para apoyarlos y seguir innovando”, señaló Merlo.



We connect IT

Somos un socio estratégico para fabricantes y canales de distribución, gracias a nuestro conocimiento del mercado, modelo de distribución, estructura de servicio y esquema de desarrollo de canales.

Conoce el portafolio de marcas que comercializamos.



CONTACTATE Y
TE ASESORAMOS

Nexsys Argentina



Whatsapp for Business



Life Is On

APC
by Schneider Electric

Schneider Electric presenta su UPS diseñada para gamers

De acuerdo con la compañía, a medida que los jugadores invierten más en sus equipos y pasan más tiempo ganando juegos, proteger a ambos es fundamental. “Los jugadores están protegidos con energía de respaldo de batería de **onda sinusoidal** que proporciona la corriente eléctrica más suave requerida por la electrónica sensible de los equipos conectados”, destacó Sergio Deaza.

“La APC **Back-UPS Pro Gaming** es una UPS elegante y de última generación que protege el equipo de juego y mantiene su conexión a pesar de irregularidades de energía, manteniendo a los jugadores en el juego. Ofrece protección de energía ininterrumpida, incluso durante cortes de energía y ofrece 12 luces LED RGB personalizables que permiten a los jugadores combinar sus diseños de consola únicos”, informó.

“Con la APC Back-UPS Pro Gaming, Schneider Electric continúa innovando para ofrecer más y mejores tecnologías para el segmento gamer; Está diseñada para cuidar los equipos y para jugar sin preocupaciones por interrupciones de energía”.

Sergio Deaza, Gerente de canales de distribución Secure Power de Schneider Electric.



“Los jugadores buscan ser los mejores y merecen la mejor protección para sus equipos. Es por eso que estamos tan emocionados de poder brindarles a estos jugadores que trabajan duro y que juegan, la tranquilidad de que sus consolas o PC para juegos estarán seguras, incluso durante un apagón”, dijo Deaza.

El APC Back-UPS Pro Gaming cuenta con un círculo de reactor patentado que proporciona el estado de la energía restante, sobretensiones, caídas, cortes de energía y fallas en el cableado del edificio visibles desde todos los ángulos. La regulación automática de voltaje protege contra voltajes esporádicos e inestables mientras ayuda a extender la vida útil de los equipos de juego.



“La APC Back-UPS Pro Gaming de Schneider Electric es una fuente de alimentación de última generación diseñada específicamente para proteger los equipos de juego y garantizar una conexión sin interrupciones. Con esta UPS, los amantes del Gaming podrán disfrutar de su actividad preferida sin preocupaciones”.

Disponible en color Midnight (BGM1500B-LM), y con 12 luces LED RGB personalizables, los jugadores también pueden personalizar fácilmente el aspecto del UPS.

Descubre la **Easy UPS 3-Phase Modular** de 50-250 kW (400 V),

la solución definitiva para una protección de energía sólida.



Fácil

de seleccionar, cotizar, almacenar, instalar, escalar y mantener.

Aumente

la disponibilidad sin huella adicional.

Inversión Optimizada

fácil de escalar a las necesidades de tu sitio.

Tamaño de Rack de TI Compacto

Libera espacio para equipos que generen ingresos.

Innovador Live Swap

Mantén tu carga protegida, tu negocio en funcionamiento y a tus empleados más seguros.

EcoStruxure IT

Obtén soporte en cualquier momento.

Elección Perfecta

para una variedad de aplicaciones industriales y de data centers.



Obtén la mejor protección de energía de su clase con la Easy UPS 3-Phase Modular.

Life Is On

Schneider
Electric

logitech

“Para cada segmento tenemos una oferta de productos dedicada y una comunicación visual definida”

Desde Logitech destacan como principal tendencia del mercado el auge de los esports, donde “los jugadores amateurs buscan emular a sus equipos favoritos y equiparse con la última tecnología en periféricos”; además de la simulación virtual como otro segmento en constante crecimiento.

Para cada uno de los segmentos de gamers Logitech tiene una oferta de productos dedicada y una

comunicación visual definida. “Nuestra línea PRO está pensada y diseñada en colaboración con profesionales de los esports. Para los gamers sociales contamos con un lineal muy completo con variedad de colores y opciones de personalización, además de ediciones especiales como el portafolio de LOL. Por último, para los amantes de la velocidad contamos con los mejores simuladores del mercado”, informó Lucas Landa.

LUCAS LANDA,
GAMING
CATEGORY
MANAGER NORTH
& SOUTH CONES
DE LOGITECH.



“Logitech G es el mejor aliado de los canales para tener éxito en el mercado del gaming. Contamos con excelentes productos, una oferta segmentada para cada tipo de consumidor y las mejores campañas de marketing con foco en la comunidad gamer”.

Como novedad, la marca lanzó en Argentina la Colección Aurora, que está compuesta por el mouse G705, el auricular G735 y los teclados mecánicos G713 (cableado) y G715 (inalámbrico), especialmente diseñados poniendo a al segmento femenino en el centro de ese proceso. Además acaba de anunciar globalmente los nuevos integrantes de la familia PRO: el auricular inalámbrico PRO X 2 LIGHTSPEED, el nuevo mouse PRO X SUPERLIGHT 2, y teclado inalámbrico PRO X TKL. “Esperamos que muy pronto lleguen al país”, expresó.



“Los jugadores amateurs buscan emular a sus equipos favoritos y equiparse con la última tecnología en periféricos”.

Logitech sigue apostando a la integración con los canales dentro del marco de su programa **Logitech Partners Club**. Además, “estamos invirtiendo con mucha fuerza en campañas de marketing digital, a las cuales invitamos a que los canales se sumen, apoyándolos con fondos dentro del marco de un plan comercial”, destacó.



SOLUCION WI-FI EMPRESARIAL PARA HOTELES



Omada **SDN** listo

Wi-Fi 6



Access Point de Techo
Multigigabit Inalámbrico
de Doble Banda AX3600

EAP660 HD

Omada **SDN** listo



Punto de Acceso de Techo
Gigabit Inalámbrico de
Doble Banda AC1750

EAP245

Omada **SDN** listo



Punto de Acceso de pared
Gigabit WiFi MU-MIMO
Omada AC1200

EAP235-Wall

Omada **SDN** listo



Punto de Acceso AC1200
Wireless MU-MIMO de
exterior/interior

EAP225-Outdoor

HIKSEMI

“Contamos con soluciones de almacenamiento y memoria para gamers”

Al ser consultado por Revista Enfasys respecto de las oportunidades de negocio que la marca detecta en el mercado argentino relacionadas con los principales requerimientos actuales de los gamers, Ángel Brozman sostuvo que “la demanda de productos high end, segmento gamer en particular, sigue en crecimiento, aun a pesar del difícil contexto de incertidumbre de Argentina”, a lo que agregó que “desde Hiksemi disponemos de productos de alta calidad y precio accesibles para cubrir dicha demanda”.

En particular, informó que dentro del porfolio de productos de Hiksemi cuentan con soluciones de almacenamiento y memoria para público gamer.” Por nombrar algunos, tenemos discos SSD NVMe de 4Gen, como FUTUREX, que incluye el disipador de aluminio y alcanzan velocidad de lectura de 7450 MBpb, que no solo son compatibles con PCs, sino también con Play Station 5. También disponemos de memorias RAM DDR5 de 6400 MHz con disipador de aluminio y RGB, preparado para overclocking.

“Desde HikSemi disponemos de productos de alta calidad y precio accesibles para cubrir demanda del segmento.”

Ángel Brozman, IT Sales Account Manager de Hiksemi.



A la hora de referirse al foco de la inversión para el desarrollo de los socios de negocios de la marca, el IT Sales Account Manager de Hiksemi destacó que están trabajando en el desarrollo de los canales de distribución, mayoristas y resellers/reailers a través de activaciones de

marketing y promociones orientadas al canal IT. “El próximo paso es trabajar en la generación de la demanda, de cara al consumidor final, a través de promociones exclusivas y acciones con referentes del sector”.



“Brindamos un ecosistema completo de productos, servicios y soluciones”

Para Lenovo, el mercado del gaming en Argentina tuvo una fuerte expansión en los últimos años, con un aumento marcado en la demanda de productos y una mayor exigencia de los consumidores en cuanto a innovación y potencia. A su vez, sostiene que ya no se puede considerar al mercado del gaming como un nicho.

“Tanto para los jugadores profesionales como para los más nuevos, contamos con la familia de productos LEGION, que incluye notebooks, torres y accesorios, como mouse,

teclados y headsets, apuntando a que puedan tener una experiencia completa”, contó Martín Sánchez.

En CES Lenovo anunció una mejora en sus equipos LEGION a través del primer chip de Inteligencia Artificial en una laptop para juegos, Lenovo LA Chip. “Junto con el sistema Lenovo AI Engine+, optimizan la performance de juego a través de un algoritmo de aprendizaje automático que va ajustando el rendimiento a medida que el usuario juega, logrando una experiencia personalizada”, explicó.

“Gaming es uno de nuestros pilares y se ve reflejado en la amplitud del portafolio actual, permitiéndole a nuestros socios de negocio brindar a los jugadores la flexibilidad de elegir la máquina adecuada para su estilo de vida y rendimiento de juego.” Martín Sánchez, Consumer Brand Manager de Lenovo Argentina.



“Para nuestros jugadores novatos, además lanzamos la familia LOQ, con una estética y especificaciones pensadas para aquellos que disfrutan estar conectados durante la semana, jugando y construyendo sus comunidades”, destacó.

Finalmente, el entrevistado afirmó que una parte fundamental de la estrategia de la marca es la capacitación

constante al canal, a través de encuentros, summits, webinars, actividades de relacionamiento y entrenamientos. “Lenovo 360 es otro de los focos de esta estrategia, una plataforma llamada Lenovo Partner Hub donde pueden acceder a toda nuestra cartera de productos, soluciones y servicios. Por otro lado, desarrollamos distintos incentivos comerciales, competencias y programas de acreditación”, amplió.



“Estamos observando diferentes perfiles de usuarios y oportunidades relacionadas”

Para Estefania Vivas, a medida que avanzan los videojuegos, se ha incrementado también el desarrollo de los gamers y de la tecnología que utilizan. “El gamer que llamamos ‘mainstream’ es quien jugaba con una consola y cambia a PC, se da cuenta de la diferencia por la cantidad de cuadros por segundo o la variedad de juegos y busca una computadora con procesadores de gama intermedia y tarjeta Nvidia 3050. Cuando este perfil se

desarrolla e identifica que necesita más potencia, se convierte en un ‘performance gamer’, que invierte en una tarjeta gráfica más poderosa, como una 4060, con procesadores de alta gama. Por último, tenemos el perfil que llamamos early adopters, quienes están dispuestos a comprar un equipo tope de gama con tarjetas de video 4080 o 4090 y suelen maximizar la RAM hasta 64 GB con una pantalla optimizada”, analizó.

“Los juegos de PC están en el ADN de Dell Technologies y entre su cartera de productos para gamers, divididos según el perfil de los jugadores, encontramos Inspiron Gaming”.

Estefania Vivas, Field Marketing Manager Dell Technologies Cono Sur.



Actualmente, en el mercado Argentino Dell poner a disposición de canales y clientes la línea Dell Inspiron Gaming. “Son equipos diseñados con tecnología innovadora para aquel perfil ‘mainstream’. Poseen AMD Ryzen 5 6600H con 19 MB total cache, 6 cores, 12 threads, hasta 4.50 GHz Max Boost Clock y AMD Ryzen 7 6800H con 20 MB total cache, 8 cores, 16 threads, up to 4.70 GHz Max Boost Clock. Adicionalmente, están equipados con tarjetas

gráficas potentes, como NVIDIA GeForce RTX 3050 de 4 GB y NVIDIA GeForce RTX 3060 de 6 GB. Los modelos cuentan con discos de 512GB CL35 M.2 Gen 4 de Estado Sólido.

Otros puntos para resaltar de los equipos son el nuevo y mejorado diseño térmico inspirado en Alienware, el Audio 3D Nahimic, y la función “Game Shift” que activa un modo de rendimiento dinámico dentro del Alienware Command Center.



AMD destaca su ampliado y actualizado line up de productos

De acuerdo con Carlos Santabaya, el line-up de AMD ofrece una gran cantidad de opciones que se ajustan a los objetivos y presupuestos de cada gamer. “Nuestro mayor diferencial es el ampliado y actualizado line up de productos, que nos permite ofrecerle a cada usuario el componente ideal para cubrir su necesidad, a través también del asesoramiento personalizado, y a precios competitivos”, dijo.

En Argentina, según el entrevistado, debido al contexto económico de los gamers locales, los productos más destacados son los

Procesadores AMD Ryzen con Gráficos Radeon Integrados.

“La Serie G de Procesadores Ryzen, con opciones de Ryzen 5 y Ryzen 7, constituyen una categoría en la cual no tenemos competencia, ya que es la única plataforma del mercado que sin utilización de placa grafica discreta es capaz de correr los títulos más populares en calidades medias con tazas de rendimiento en FPS, apta para gamers casuales, entusiastas e incluso e-Sports, a la vez que es óptima para la multitarea y el streaming”, aseguró.

“La prioridad de AMD es asegurar el acceso a la información y entrenamiento en nuevas tecnologías relacionadas con la revolución del gaming. Por eso reforzamos la relación con distribuidores, system builders, resellers y e-tailers, que constituyen hoy el centro de nuestro programa”. Carlos Santabaya, Sr. Channel Manager de AMD SSA Componentes.



“Entrando ya en el espacio de las plataformas con placas graficas dedicadas, nuestras AMD Radeon constituyen un área importante de la demanda. Por otro lado, para los que priorizan la portabilidad, destaca la performance de los Procesadores Móviles AMD Ryzen”, informó.

“Otro punto clave es asegurarles la cantidad necesaria de producto para atender la demanda del mercado. Así es que trabajamos en nuestra cadena de suministro para hoy poder garantizar los volúmenes requeridos tanto de placas gráficas como de procesadores”, señaló.

 Distecna

“Adoptamos un enfoque orientado a la comercialización de soluciones integrales”

En cuanto a gaming, el mayorista cuenta con una amplia variedad de marcas líderes en el mercado, entre ellas se encuentran Logitech, ViewSonic, PNY, Sandisk y Thunderobot. “Distecna destaca la alianza con Logitech por la gran oferta de productos con los que contamos, desde entry level hasta de competencia. La calidad y el rendimiento de los mismos son reconocidos en todo el mundo y estamos orgullosos de ser uno de sus principales distribuidores en

Argentina”, dijo Mónica González.

Distecna ha incorporado recientemente a Thunderobot a su portafolio de marcas, “Es líder en el mercado de tecnología especializada en la fabricación de notebooks gamers. Estos productos son conocidos por su excelente rendimiento y calidad, ideales para aquellos que buscan una experiencia de juego inmersiva y sin interrupciones”, señaló la entrevistada.

“Sabemos que el mercado gamer es muy competitivo y que los jugadores son exigentes. Por eso, nuestra estrategia se enfoca en ofrecer productos de alta calidad y en brindar un servicio excepcional a nuestros canales.”

Mónica González, Jefe de Segmento Consumo Masivo en Distecna.



González destacó que están en contante trabajo con los canales, ya sea en capacitaciones como activando acciones de generación de demanda. “Este año, adoptamos un nuevo enfoque orientando la comercialización de soluciones integrales en el que, en lugar de impulsar la venta de productos y marcas específicas, trabajamos el 360° de la necesidad de los

clientes, para que puedan tener a disposición todos los productos que comprenden una misma solución”, informó.

Asimismo, afirmó que el constante vínculo con las marcas es un eje fundamental para ayudar al canal a enfocar más su negocio hacia el mercado gaming, tanto a nivel de conocimientos como en la oferta de productos.

INTERMACO

“Todo el año contamos con disponibilidad de una amplia carta de productos gaming”

En la línea de Gaming, en Intermaco están trabajando un amplio portfolio de marcas que incluye toda la línea de ASUS (TUF, ROG, ZEPHYRUS), así como también la línea G de Dell. A su vez, en lo que respecta a Lenovo, cuentan con los productos de las líneas Legion y LOQ, esta última flamante lanzamiento para este segmento del vendor.

Sebastián Hartbrecht destacó que durante todo este año el mayorista dispuso de una amplia variedad de notebooks del

segmento gamer y de productos de alto rendimiento en cuanto a placas gráficas, procesadores, memorias y discos.

En lo que refiere al trabajo con los socios de negocios, el entrevistado contó que actualmente junto a Asus, Dell y Lenovo –y próximamente con la línea Aorus con Gigabyte–, hacen foco en el desarrollo de soluciones a medida para el canal para que “puedan establecer un vínculo sólido con el consumidor de una forma eficiente y duradera”.

“Junto a Asus, Dell y Lenovo –y próximamente con la línea Aorus de Gigabyte–, hacemos foco en el desarrollo de soluciones a medida para el canal.”

Sebastián Hartbrecht,
Gerente de Línea de Notebooks en Intermaco.



Asimismo, destacó que, gracias a la amplia carta de productos para gaming, el mayorista cuenta con gran visibilidad: “No solo se extiende por referidos, sino también por la difusión que las marcas generan al comunicar la disponibilidad de sus productos en Intermaco”, subrayó. “Paralelamente, nos ocupamos desde

nuestra área de Marketing de la comunicación efectiva de los nuevos ingresos y disponibles de todo el abanico de productos. A su vez, estamos participando de las ferias más importantes de consumo, como Retail 100 y Channel Talks en todo el interior, además de haber estado presentes en Pulso IT”, finalizó.



Air Computers expone su partnership con GAMEMAX

En lo que respecta al mercado gamer, Air Computers distribuye actualmente diversas marcas de primera línea, como AORUS by Gigabyte, AMD, Intel, MSI, Kingston, XPG by ADATA y Primus. Además, Ezequiel García Ceballos, Product Manager en el mayorista, destacó GAMEMAX, por su crecimiento exponencial.

“En GAMEMAX últimamente estamos haciendo foco en los Water Coolers Icechill, en sus versiones de 120mm, 240mm y 360mm, ofreciendo un diseño elegante, moderno con el mejor rendimiento térmico

para mantener la temperatura hasta en las tareas más intensivas. También ingresaron muchos modelos de Fanes ARGB y CPU COOLERS GAMMA 200, GAMMA 300, GAMMA 500 y SIGMA 540 que soportan los últimos sockets de INTEL LGA1700. Además, seguimos apostando a sus fuentes y gabinetes”, detalló.

Junto a GAMEMAX y sus partners aliados más destacados, Air Computers está participando de distintos eventos masivos para consumidores finales, así como también promoviendo el desarrollo de los mismos a través de sus resellers con apoyo siempre de las marcas.



"Nuestra alianza con GAMEMAX destaca un enfoque en productos de gaming innovadores y un compromiso con el crecimiento de la comunidad gamer".

Ezequiel García Ceballos, Product Manager de GAMEMAX en Air Computers.



“El claro ejemplo fue nuestra participación en GAME MANIA FEST, donde pudimos exponer nuestros mejores componentes y, además, formar parte de una nueva comunidad en crecimiento en la zona de cuyo. Seguiremos impulsando el gaming en el interior del país, ya que sabemos que se puede explotar aún más, generando nuevos negocios y comunidades”, destacó. “Junto a la marca también estamos participando en todos los Channel Talks, y realizando diversas actividades de relacionamiento”, amplió.



“Nuestra marca se mantiene firme en su misión de ofrecer productos de alta calidad y accesibles para los entusiastas de los videojuegos y la tecnología. Estamos convencidos de que, juntos, superaremos los obstáculos y seguiremos trabajando arduamente para mantenernos como líderes en el sector.”
Guadalupe Zelaya López, Brand Manager
Vertical Gamer de Latamly Group
(Redragon, T Dagger).

“El segmento gamer viene creciendo a pasos agigantados. Nuestro público objetivo ha dejado de ser un nicho para ser el segmento con mayor potencialidad en el sector, con más de 3.300 millones de usuarios mundiales y con estimaciones de llegar a finales del 2023 en 3,4 mil millones.”

Marcela Gorini, Latam Sales Director de Patriot.





“Argentina ha recibido de manera muy positiva a WD_BLACK™, nuestra marca premium orientada a gamers que ofrece la velocidad y capacidad que ellos requieren. Es un segmento que crece en América Latina, con consumidores que invierten y demandan productos de alta calidad”.

Ron Pack, Senior Sales Director para Latam, Western Digital.

“En Boetec, la destacada marca gamer de renombre mundial con 7 años de éxito en Latinoamérica, estamos emocionados de formar parte del mercado argentino y anticipamos con ansias colaborar junto a nuestros distribuidores para llevar la excelencia gamer a cada rincón del país”.

David Salinas Vergara, Manager Latam de BOETEC.





“Ampliamos la línea de monitores para gaming UltraGear con el debut de tres nuevos modelos, los cuales admiten hasta el 98 % (típ.) de la gama de colores DCI-P3 con distintos formatos de HDR que ofrece contraste dinámico y color de alta fidelidad. Además, son compatibles con NVIDIA G-SYNC y tienen certificación AMD FreeSync Premium.”

Simon Case, Channel Manager LG Argentina ID, IT Business Solutions.

“La gran aceptación de Kingston FURY por el mercado Gamer luego del relanzamiento nos permite seguir presentando a lo largo de este año nuevos productos, que van desde SSD NVMe de alta performance para PC y consolas hasta una renovada línea de DRAM RGB con nuevo disipador y tecnología de iluminación.”

Juan Ignacio Do Porto, Country Manager para Argentina, Bolivia y Uruguay de Kingston Technology.





**Innovación y Liderazgo
Empresarial.**

**Noticias del sector
Pymes en Argentina.**

**¡Publica con nosotros
y llega a las Pymes
de todo el país!**

TECNOPYMES·AR
innovación y liderazgo empresarial

Información actualizada para medianas
empresas del sector de tecnología.
Entrevistas Exclusivas.

 TecnopymesNews

 company/tecnopymes

 info@tecnopymes.com.ar

 TecnoPymesNews

 Tecnopymes

www.tecnopymes.com.ar

“Sabemos que estamos ganando mercado agresivamente”

Fernando Sánchez Wiese, Sales VP - Distribution & Commercial, división Enterprise en Huawei Argentina, detalla en esta nota la oferta de productos y soluciones que la compañía distribuye en el país a través del canal, analiza oportunidades de negocios y cuenta por qué es una marca con todo para seguir creciendo en market share.

El objetivo de esta entrevista es dar a conocer la amplia propuesta de soluciones de infraestructura y dispositivos inteligentes que Huawei – compañía china con 195,000 empleados y operaciones en más de 170 países y regiones– provee localmente con foco en el mercado corporativo y gobierno.

Para ello, entrevistamos a Fernando Sánchez Wiese, Sales VP - Distribution & Commercial, división Enterprise en Huawei Argentina, a quien consultamos cuáles son las

principales oportunidades de negocios que detecta la compañía para los próximos años con sus soluciones.

“Creemos que continuaremos ganando mercado con nuestras soluciones principales de Conectividad y también en Almacenamiento All Flash, donde tenemos mucho espacio para seguir creciendo. También estamos convencidos que el mercado educativo dará un salto tecnológico con las últimas herramientas de colaboración que disponemos”, señaló.

FERNANDO SÁNCHEZ
WIESE, SALES VP -
DISTRIBUTION &
COMMERCIAL, DIVISIÓN
ENTERPRISE EN HUAWEI
ARGENTINA.



“Tenemos interés en continuar expandiendo nuestro ecosistema de socios. Somos una empresa 100% orientada al ecosistema, porque creemos en la integración y la propuesta de valor que ellos agregan”.

Productos Enterprise

Huawei es una empresa 100% orientada al ecosistema de socios, a los cuales ofrece dos grandes líneas de productos para Enterprise: Networking y Storage.

“Dentro de la familia de Networking, contamos con soluciones de core routing, switches de core, distribución, campus y Data Center, en Wi-Fi, existen varios modelos de Access points de Wi-Fi 5 y los exitosos nuevos de Wi-Fi 6, outdoor e indoor.

Comercializamos equipos de DWDM, MPLS y microondas para enlaces de largas distancias. Hemos implementado exitosamente soluciones de SD-WAN. Y proveemos varias miles de

unidades mensuales de equipos de FTTx, fundamentalmente OLTs y ONTs de GPON y 10GPON con o sin WiFi, básicamente para proveedores de servicios de conectividad de todo el país”, informó Sánchez Wiese.

La propuesta de Huawei también incluye firewalls en lo que respecta a la línea de seguridad; mientras que en almacenamiento, aún comercializa equipos de discos mecánicos, aunque el fuerte son las soluciones de almacenamiento All Flash. Adicionalmente, cuenta con los **Ideahub**, una solución unificada de colaboración para empresas y el mercado educativo.



“Huawei es una compañía muy agresiva en las condiciones comerciales cuando queremos ganar un proyecto. Procuramos que nuestro ecosistema encuentre rentabilidad en línea con su propuesta de valor agregado”.

Herramientas para socios

El ejecutivo dijo que para el año próximo esperan seguir creciendo junto con sus socios en los índices que vienen logrando, de entre 30% y 50% año tras año. “Sabendo que estas no son las tasas del mercado en general, sabemos que estamos ganando participación agresivamente”, destacó.

Para lograr estos objetivos, Huawei pone a disposición una serie de herramientas para el desarrollo de sus socios de negocios. “Contamos con un equipo de gente dedicado a la atención y desarrollo de nuestros partners. Desde el equipo de soluciones, existen ingenieros de preventa en las diferentes líneas de producto para asistirlos técnicamente en la elección y configuración de la mejor solución para cada cliente y proyecto”, explicó Sánchez Wiese. “Contamos, además, con herramientas de protección comercial, mediante un portal de declaración de oportunidades”, agregó.



“Contamos con un programa para integrar a nuestro ecosistema en los servicios que ofrecemos ‘as a service’. Tenemos una larga experiencia en el trabajo con canales y muchas herramientas para proteger su relación con el cliente”,

Desde el aspecto de su formación profesional y técnica, desde **Huawei Academy** existen programas de certificación para las tres instancias: preventa, ventas y postventa. “Estas certificaciones demoran varias semanas de estudio y la rendición de un examen presencial en nuestro laboratorio o centros certificados para esta evaluación.

Por último, de acuerdo con el ejecutivo, Huawei incrementa año a año sus inversiones de marketing para la generación de demanda y los programas de fidelización. “Disponemos de fondos directo que acreditamos a nuestros canales en sus cuentas del distribuidor mayorista. E invertimos en forma directa en la realización de eventos regionales e internacionales con clientes de todas las verticales, que invitamos juntos con los canales.

Inventario local

Sánchez Wise aseguró "Nuestras líneas de fabricación

han trabajado continuamente y hemos provisto en los últimos años a todos nuestros clientes, y en todas nuestras líneas de producto”.

Además, destacó que cuentan con un inventario local de los productos más vendidos en volumen de unidades: Switches, Access points, Ideahub y los productos de FTTx OLTs y ONTs de Gpon con y sin Wi-Fi. Finalmente, el entrevistado aseguró que también han contado con la ventaja de conseguir sus aprobaciones en Yuanes, y que han agilizado “enormemente” los tiempos de aprobaciones.

Digital Power

A través de esta unidad de negocios, Huawei comercializa su línea de inversores para energía sola, que actualmente provee, por ejemplo, los mayores parques solares del país, incluyendo Cauchari en Jujuy. Adicionalmente, la marca ha sumado su línea de productos de Data Centers modulares y de UPSs.

Licencias OnLine: “Automatización: claves para acelerar la transformación digital de las empresas”

En el marco del Red Hat Summit, la empresa mostró los avances de su propuesta tecnológica de cara a los clientes. Roberto J Calva, Automation GTM & Business Leader Latin America de Red Hat, explica cómo ha evolucionado la solución Ansible, al tiempo que Edison Pedraza, Ingeniero Preventa Red Hat en Licencias OnLine, menciona el rol que tiene el mayorista para impulsar este tipo de soluciones.

Durante el evento, Red Hat Event-Driven Ansible, una nueva solución basada en eventos permite a los equipos de TI detectar y responder rápidamente y con precisión a los cambios, riesgos u oportunidades, que libera al personal de tareas rutinarias y les permite centrarse en el despliegue y mejora de la calidad de las aplicaciones.

“La solución pasa de ser pasiva a ser activa en términos de observabilidad y podemos estar, entonces, escuchando distintas fuentes de monitoreo. Poder colocar entonces valores o parámetros que nos hagan sentido para lanzar alguna acción de remediación”, explicó Roberto J Calva.

EDISON
PEDRAZA,
INGENIERO
PREVENTA RED
HAT EN
LICENCIAS
ONLINE



“Estamos trabajando con los arquitectos de Red Hat en la adopción de automatización, haciendo un trabajo de ingeniería muy fuerte, pero también de marketing para que los partners logren visibilidad en el mercado”.

Otro punto importante que se anunció es el proyecto basado en IA que está siendo trabajado entre Red Hat y IBM Research. Lo primero que se liberó en el Summit en modo test preview, fue Ansible LightSpeed, que introduce una capacidad inteligente de procesamiento del lenguaje natural para la automatización de Ansible. El servicio se integra con Watson Code Assistant, para acceder a los modelos de IBM y crear rápidamente código que permita automatizar fácilmente la infraestructura TI

“Nos va a permitir crear contenido generativo muy rápido basado en IA. Entonces, si bien automatizar con Ansible es fácil, ahora con LightSpeed va a ser todavía más fácil”, señaló el ejecutivo de Red Hat.



“Para nosotros es muy importante que nuestros partners se capaciten, se certifiquen en las tecnologías que ofrecemos y que después ellos se vuelvan aliados de negocios para la entrega de servicios”.

Roberto J Calva.

Por el lado de Licencias OnLine, “lo que estamos haciendo es poner el foco en todo el tema del journey de automatización, acompañando a nuestros partners, que vayan madurando, que conozcan a la tecnología, que sepan cuáles son los laboratorios, los demos, las plataformas, para que ellos puedan ir tomando todas estas opciones”, dijo Edison Pedraza.

Servicio 360 **MARKETING Y VENTAS**

Especializado en Tecnología y Consumo



MEDIOS
DE
COMUNICACIÓN



DISEÑO
INTEGRAL



MARKETING
DIRECTO Y
SOLUCIONES DIGITALES



Desarrolle su **PLAN** con
NOSOTROS

Dahua impulsa sus “New Business” a través del Dealer Partner Program

Marina Arguinzoniz, Channel Sales en Dahua Argentina, da cuenta de los beneficios que la marca ofrece a través de su programa de partners: “La experiencia nos ha demostrado que los Dealer Partner Program (DPP) que más trabajan en conjunto con nosotros y aprovechan la oportunidad de ser miembro del programa de Subdistribución, son los que más crecen año a año”, resaltó.

El Programa de Socios Distribuidores (DPP) de Dahua ha sido desarrollado para apoyar a sus sub-distribuidores más importantes. “El principio fundamental del programa es ser una asociación mutuamente beneficiosa, diseñada para crecer nuestros negocios juntos. Uno de los muchos beneficios es nuestro marco de apoyo, creado

específicamente para ayudarlos en cada paso del camino”, destacó Marina Arguinzoniz. “Con experiencia técnica, ventas y soporte, nuestro equipo está disponible para el negocio de los DPP y ayudarlos a alcanzar sus objetivos y metas. Al convertirnos en socios, nuestro objetivo es convertirnos en una extensión de su equipo”.

MARINA
ARGUINZONIZ,
CHANNEL SALES EN
DAHUA ARGENTINA.



dahua

TECHNOLOGY



“Con experiencia técnica, ventas y soporte, nuestro equipo está disponible para el negocio de los DPP y ayudarlos a alcanzar sus objetivos y metas”.

–¿Cuál es el diferencial que distingue al DPP?

–El programa de socios de canal de Dahua está diseñado para revendedores, para promover productos y soluciones. El diferencial de nuestro programa es la cercanía con nuestros socios, trabajamos y planificamos juntos todas las acciones y afrontamos todos los desafíos que el mercado nos propone. Dahua les brinda expansión y calidad en todo el territorio nacional mediante la presencia directa de la marca brindando capacitaciones técnicas, comerciales y apoyo de marketing.

–Qué consejo puede dar a los actuales miembros para sacar mayor provecho de los beneficios?

–Como consejo, siempre les decimos a los miembros del programa que se apoyen en Dahua para poder desarrollar su negocio de la mano nuestra. La experiencia nos ha demostrado que los DPP que más trabajan en conjunto con nosotros y aprovechan la oportunidad de ser miembro del programa de Subdistribución son los que más crecen año a año.



“Dahua les brinda expansión y calidad en todo el territorio nacional mediante la presencia directa de la marca brindando capacitaciones técnicas, comerciales y apoyo de marketing.”

–¿Cuál es el foco actual en lo que respecta al entrenamiento de sus partners?

–El foco de las capacitaciones en lo que resta del año está orientado a que todos los instaladores fieles a la marca y nuevos instaladores puedan

conocer todas las soluciones que ofrece Dahua, cubriendo todos los rincones del país; trabajo que seguiremos realizando en 2024.

–¿Qué tipo de especializaciones están impulsando?

–Desde la mitad de este año y el año que viene impulsaremos mucho “NEW BUSSINES” (**Video Portería, Control de Accesos, Alarmas**, Storage, Cables), productos que el mercado demanda cada vez más y de los cuales tenemos mucho desarrollo por delante.



NOTICIAS DEL SECTOR IT EN LATINOAMÉRICA




ITWARE
LATAM.COM




- INFORMACION ACTUALIZADA PARA CIOs
- ENTREVISTAS EXCLUSIVAS.
- COBERTURA INTERNACIONAL DE EVENTOS





Manténgase informado suscribiendo a nuestros newsletter

 @ITwareLatam

 @ITwareLatam

 ITware Latam

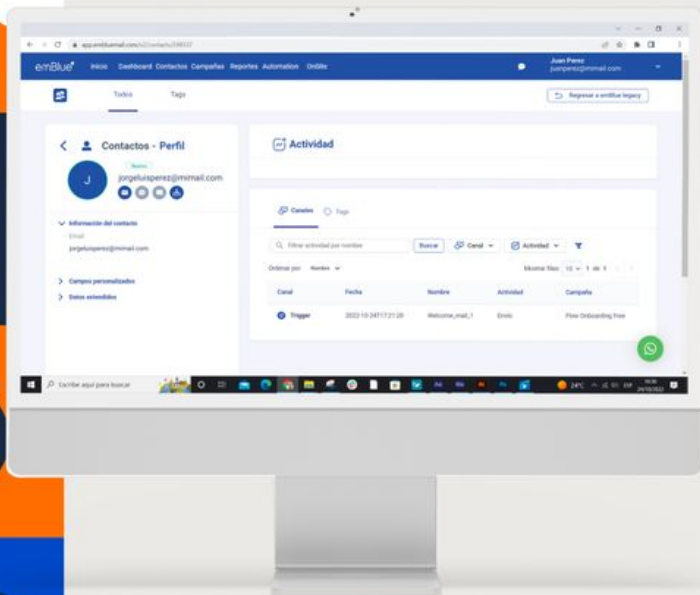
 ITware Latam

 ITware Latam

10
AÑOS

Acelera cada etapa de tu estrategia

Con la plataforma de customer engagement líder de latinoamérica



Servicios omnicanales:

- CRM B2C
- Segmentación dinámica
- Automation
- Email Marketing
- SMS masivos
- Push Notifications
- Banners Pop Ups
- Net Promoter Score



Escanea el QR
y obtén una
prueba GRATUITA

emBlue



SitioSimple

Crear tu página web es tan rápido como leer esta publicidad

Hoy podés tener tu página web o tienda online ¡sin programar y en menos de una hora!



Más de 200 plantillas pre-diseñadas



0% comisiones por venta



Lista para celulares



Optimizada para Google



Múltiples opciones de pago y envíos



En pesos argentinos

ESCANEÁ
Y EMPEZÁ GRATIS



DonWeb.com