enfasis
NEGOCIOS Y CANALES DEL SECTOR
N°241 - Octubre 2024

ENTREVISTA DE TAPA

“Lo que hoy está liderando es la adopción de la IA y la IA Generativa”

Daniel Sacks, South America Channel Sales Director de Avaya

enfasys itseller

channel talks

NEUQUÉN
11 DE ABRIL
Argentina

ROSARIO
7 DE MAYO
Argentina

GUATEMALA
20 DE MAYO
Guatemala

ASUNCIÓN
21 DE MAYO
Paraguay

CÓRDOBA
8 DE AGOSTO
Argentina

MONTEVIDEO
22 DE AGOSTO
Uruguay

SAN JUAN
5 DE SEPTIEMBRE
Argentina

PANAMÁ
17 DE SEPTIEMBRE
Panamá

MEDELLÍN
14 DE NOVIEMBRE
Colombia

TRUJILLO
19 DE NOVIEMBRE
Perú

BUENOS AIRES
26 DE NOVIEMBRE
Argentina

IMPULSA TU RED DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN IT

El evento Channel Talks es una propuesta integral de **business matchmaking services**, por el cuál damos soporte y optimizamos el networking y desarrollo de nuevos negocios para los expositores participantes.

RESISTENCIA
6 DE JUNIO
Argentina

SANTIAGO
11 DE JUNIO
Chile

SANTA FÉ
4 DE JULIO
Argentina

SANTA CRUZ
18 DE JULIO
Bolivia

SALTA
9 DE OCTUBRE
Argentina

BOGOTÁ
23 DE OCTUBRE
Colombia

MAR DEL PLATA
7 DE NOVIEMBRE
Argentina

LA PAZ
12 DE NOVIEMBRE
Bolivia

AGENDÁ EL LINE UP

Más información sobre los eventos en: **www.channeltalks.net**

Sumario #241
Octubre 2024

8 | Impresión y workflow de documentos: principales tendencias y oportunidades de negocios

>> INFORME ESPECIAL

18 | EPSON: “Los atributos de nuestras Ecotank les permiten a nuestros canales llegar a los consumidores finales con menor esfuerzo”

24 | Brother: “Los clientes pueden encontrar en nuestro line up una solución para cada necesidad”

28 | Kodak alaris: “Ofrecemos soluciones que permiten disminuir la curva de aprendizaje en la adopción de una tecnología de captura”

32 | AMTED: “Estamos encarando una senda de planificación, crecimiento y fidelización con nuestros clientes”

36 | Zebra / RICOH

>> NOTA DE TAPA

38 | AVAYA: "Lo que hoy está liderando es la adopción de la IA y la IA Generativa"

>> VENDORS

44 | TP-Link invita a los partners a obtener la certificación OCNA Wireless

>> MAYORISTAS

48 | Microcom presenta la renovación de su sitio web

>> PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN

52 | Kaskersky incorpora destacadas novedades en su programa de partners

>> MES DE LA CIBERSEGURIDAD

56 | ESET / FORTINET

58 | DELL / CISCO

Del papel a lo digital

En esta edición de Revista ENFASYS, nos enfocamos en otro mercado que consideramos representa una oportunidad destacada para el canal IT en la Argentina. La digitalización y workflow de documentos continúa ganando adeptos, debido al uso generalizado de servicios en la nube, que está impulsando los lugares de trabajo paperless, lo que genera una multicidad de beneficios para las empresas, que van desde el ahorro de espacio hasta una mayor productividad y menos costo.

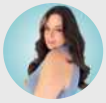
Sin embargo, esta tendencia no ha provocado la disminución del mercado de impresión, y así lo afirman consultoras consultadas para este informe. Las empresas entrevistadas explican las razones por las cuales esperan una mayor demanda de equipos el año próximo, con el trabajo remoto como principal driver, y adelantan sus próximas novedades.

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/

Oscar Suárez
Director Ejecutivo
osuarez@mediaware.org

Leonardo Barbieri
Editor
lbarbieri@mediaware.org



Silvia Barrios
Regional Manager
sbarrios@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:

mediaware MARKETING

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

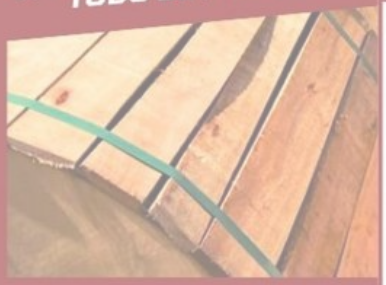
Financiamos tus proyectos de FTTx

BETTCOMM
Soluciones FTTx

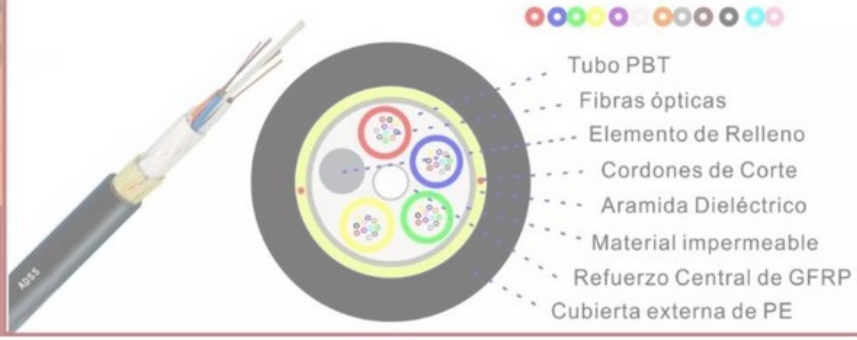
0-30
60-90-120
150
DOLAR BNA - TASA 0%

Fibra Óptica ADSS

★ DISPONIBILIDAD Y ENTREGA INMEDIATA EN TODO EL PAÍS, DE 12, 24, 48, 72 Y 96 HILOS ★



Construcción de nuestras F.O. ADSS:



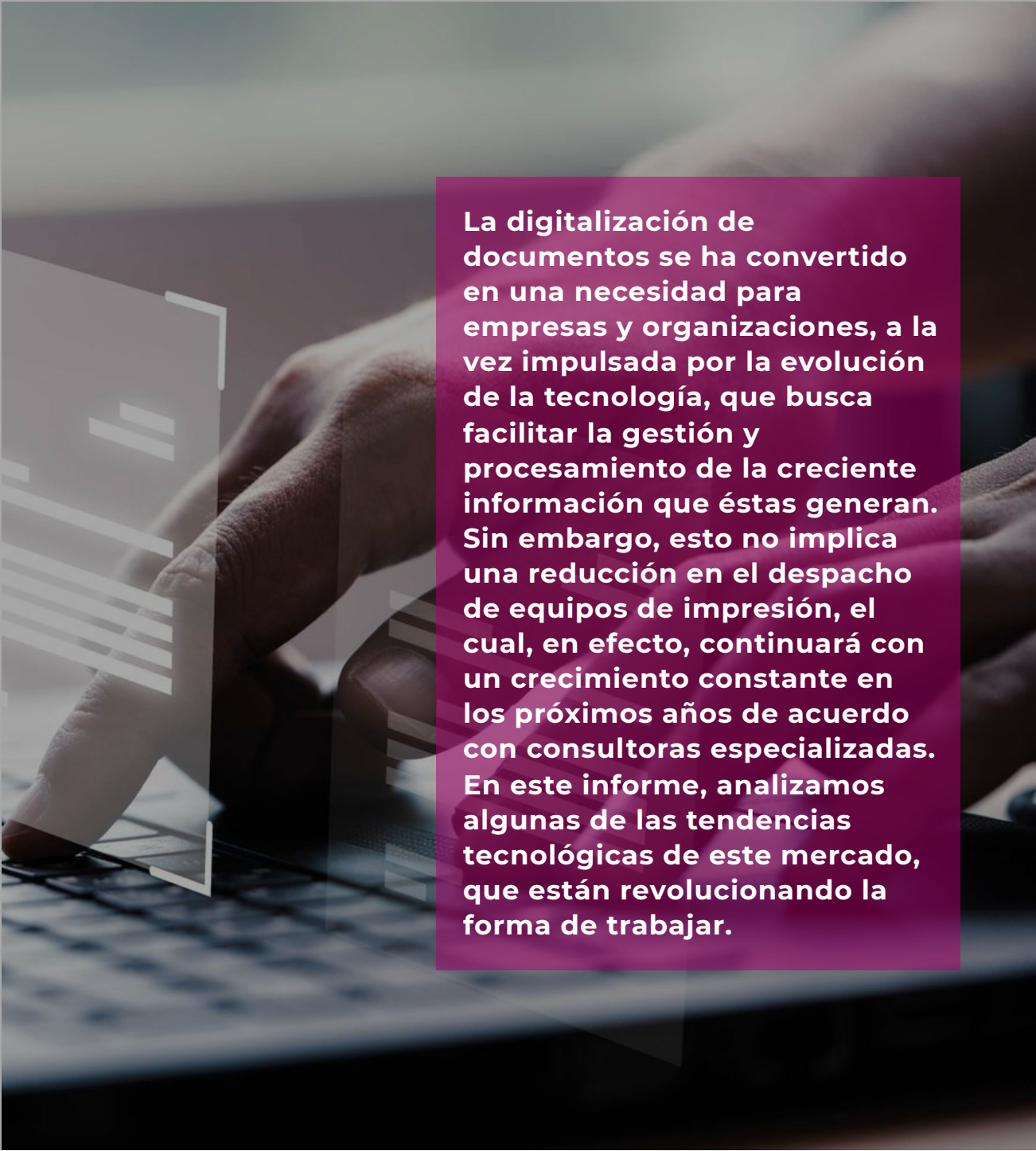
isecom
mayorista en tecnología

info@isecom.com.ar

Buenos Aires | Córdoba | Mendoza | Rosario

Informe Especial

IMPRESIÓN Y WORKFLOW DE DOCUMENTOS: PRINCIPALES TENDENCIAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS



La digitalización de documentos se ha convertido en una necesidad para empresas y organizaciones, a la vez impulsada por la evolución de la tecnología, que busca facilitar la gestión y procesamiento de la creciente información que éstas generan. Sin embargo, esto no implica una reducción en el despacho de equipos de impresión, el cual, en efecto, continuará con un crecimiento constante en los próximos años de acuerdo con consultoras especializadas. En este informe, analizamos algunas de las tendencias tecnológicas de este mercado, que están revolucionando la forma de trabajar.

De acuerdo con el informe de Mordor Intelligence “Tamaño del mercado de impresoras y análisis de participación: tendencias y pronósticos de crecimiento (2024 - 2029)”, el mercado de impresoras se estima en 54.35 mil millones de dólares en 2024 a nivel global y se espera que alcance los 67.88 mil millones de dólares en 2029, creciendo a una tasa compuesta anual del 4.55% durante el período previsto.

El informe sostiene que este mercado está influenciado por la introducción de nuevas tecnologías, las necesidades cambiantes de los clientes y la aparición de nuevos mercados de impresión. En ese sentido, la consultora sostiene que la adopción de modelos de impresoras más nuevos está impulsada por el deseo de reducir el costo por página de impresión y simplificar el proceso de carga de tinta o tóner nuevos, lo que históricamente ha sido un desafío.

“El mercado ofrece ahora una variedad de opciones de tinta y tóner asequibles y respetuosas con el medio ambiente, lo que da como resultado una mejor calidad de impresión, menos derrames de tinta y menores costos de impresión por página.

“El mercado ofrece ahora una variedad de opciones de tinta y tóner asequibles y respetuosas con el medio ambiente, lo que da como resultado una mejor calidad de impresión, menos derrames de tinta y menores costos de impresión por página".

Por ello, numerosas empresas están realizando importantes inversiones en esta tecnología para aumentar su competitividad”, destaca.

Asimismo, Mordor afirma que la industria de la impresión está presenciando un aumento en el crecimiento impulsado por factores como la impresión móvil, la creciente necesidad de impresión en color, las demandas de impresión de embalajes, la expansión del mercado para productos básicos como las impresoras A4 y la creciente dependencia de la informática y el software basados en la nube.

En lo que respecta puntualmente al mercado de consumibles, de acuerdo con Global Market Insights, fue valorado en 48.3 mil millones de dólares en 2023 y se establece para crecer en una CAGR de más de 4,8% de 2024 a 2032.

A la hora de analizar las oportunidades de crecimiento en este mercado, la consultora destaca que las empresas comerciales están a la

vanguardia de la promoción de las tecnologías de impresión mediante importantes inversiones en investigación y desarrollo, lo que incluye mejorar las tecnologías de inyección de tinta, láser y impresión 3D, así como refinar materiales de impresión y consumibles. Y agrega que las prácticas de impresión ecológicas impulsan activamente el crecimiento de los consumibles de impresoras e impresoras con tecnologías avanzadas de impresión, como impresoras eficientes en la energía y materiales reciclables como tintas biodegradables y papel reciclado, que satisfacen las crecientes exigencias de consumo y regulación de la responsabilidad ambiental. "Este cambio no sólo reduce el impacto ambiental de los procesos de impresión, sino que también resuena con consumidores y empresas con conciencia ambiental. A medida que las empresas priorizan cada vez más los objetivos de sostenibilidad, la demanda de soluciones de impresión

"Se espera que el tamaño del mercado de servicios de impresión gestionados crezca a una tasa compuesta anual del 8,52% durante el período de pronóstico (2019-2029)"

ecológicas está orientada a impulsar la expansión sostenida del mercado en el futuro", asegura.

Asimismo, la consultora espera que el tamaño del mercado de servicios de impresión gestionados crezca de 42,09 mil millones de dólares en 2023 a 63,35 mil millones de dólares durante el período de pronóstico (2019-2029), registrando una tasa compuesta anual del 8,52%.

Para Mordor, el mercado global está impulsado por la creciente adopción de servicios de impresión gestionados (MPS) entre varios usuarios finales, lo que ayuda a aumentar la productividad del tiempo y la rentabilidad al proporcionar visibilidad de los flujos de trabajo de documentos. "Los MPS ayudan a mejorar la experiencia del cliente porque permiten impresión y escaneo de alta calidad", destaca.

Las iniciativas organizativas para reducir el desperdicio de papel han contribuido significativamente al crecimiento del mercado. Las empresas están intentando restringir el uso de papel. "A medida que los servicios de impresión gestionados ayuden a controlar el desperdicio, su crecimiento recibirá un impulso en el futuro próximo", pronostica. Y agrega: "Se observan reducciones en los costos involucrados cuando las empresas adaptan los servicios de impresión administrados. Estas reducciones de costos las ayudan a ampliar sus márgenes de beneficio".

"La mayoría de las pequeñas y medianas empresas busca formas de mejorar su productividad y reducir costos, y observar más de cerca cómo manejan los documentos es un buen punto de partida".

Por otra parte, teniendo en cuenta que los datos se han convertido en un tipo crucial de propiedad intelectual (PI), advierte que las filtraciones de datos, incluidos conceptos, planes o estados financieros corporativos, podrían dañar gravemente la reputación de una empresa en el mercado o provocar pérdidas financieras importantes. "Como resultado, la seguridad de los datos ha recibido la mayor atención en los últimos años. Proteger los datos confidenciales es crucial a la luz de los crecientes peligros que plantean los ciberataques. Las ciberamenazas son, por tanto, uno de los principales problemas a los que deben

enfrentarse las organizaciones de servicios de impresión gestionados", dice.

"A medida que los servicios de impresión gestionados ayuden a controlar el desperdicio de papel, su crecimiento recibirá un impulso en el futuro próximo".

Digitalización de las organizaciones

Según datos de IDC, se espera que el gasto empresarial en tecnologías digitales llegue a 12.8 mil millones de dólares. Este alto volumen de inversión está relacionado con un cambio de enfoque en los negocios de Impresión y Digitalización, ya que las compañías están experimentando una transición de la transformación digital a la gestión del negocio digital.

En lo que respecta específicamente a la digitalización de documentos, desde Mordor Intelligence informan que la demanda general de servicios de escaneo de documentos y software de gestión de documentos en la nube crece constantemente a medida que las empresas se dan cuenta de que necesitan estas herramientas para sobrevivir en el mercado. Se espera que el mercado de gestión de casos de documentos sea testigo de una tasa compuesta anual del 15,2 % durante el período previsto (2022-2027).

La consultora sostiene, por ejemplo, que la pandemia de COVID-19 puso de manifiesto las deficiencias de depender de la documentación en papel, lo que llevó a un cambio hacia el trabajo remoto. "El software para la gestión de casos documentales se convirtió en un componente esencial de la forma en que las empresas respondieron a la pandemia. A medida que la economía se recupera, estas tecnologías permiten a las empresas ser más adaptables y receptivas a los trabajadores

kanji

kanji CROSS

- Android 12
- Pantalla 10.1"
- Almacenamiento 32GB
- RAM 4GB
- Carcasa de metal
- Cámara trásera y delantera

Bluetooth Wi Fi

android 12 Google Play YouTube Hey Google

kanji

www.kanji.com.ar

remotos", afirma. "La pandemia puso de relieve la necesidad de una transformación digital y de acelerar el proceso para diversas empresas. Estos elementos ayudaron a que la gestión de casos documentales se utilizara más ampliamente en varias industrias, incluidas las instituciones financieras"

Finalmente, sostiene que uno de los desafíos más cruciales presenciados por el mercado es la transición de los sistemas heredados, así como los desafíos de implementación, que están bien asociados con la personalización de la solución para cumplir con los objetivos de retorno de la inversión de la organización.

También aquí llega la advertencia por la ciberseguridad, ya que las amenazas internas son un factor en algunas pérdidas de datos a nivel de documentación. "Las empresas se centran cada vez más en reducir las vulnerabilidades mediante la gestión de casos de documentos, que cuenta con seguridad incorporada para evitar estas pérdidas y ataques", concluye.

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

EPSON

“Los atributos de nuestras Ecotank les permiten a nuestros canales llegar a los consumidores finales con menor esfuerzo"

Pablo Kasjan, Head of Consumer Team de Epson, destacó en esta entrevista los últimos lanzamientos de la marca en la Argentina, que apuntan a cubrir las necesidades de los trabajadores remotos, y anticipó las acciones que llevarán a cabo el año próximo para impulsar las ventas.

Para esta nota, invitamos a Pablo Kasjan a hacer un análisis de esta primera parte del año, teniendo en cuenta que el año fiscal de la compañía se inició en abril. “Para nosotros la verdad que fue un éxito. Lanzamos productos nuevos en el mercado: posicionamos la **EcoTank L3560**, que es un modelo que tiene nuevos cabezales con tecnología PrecisionCore, mucho más rápidos, mayor precisión y un proceso de impresión simple, que nos permitió abordar segmentos de clientes más exigentes”, destacó.

El entrevistado también hizo referencia a la apuesta de la marca en sus impresoras

PABLO KASJAN,
HEAD OF CONSUMER
TEAM DE EPSON
PARA ARGENTINA,
PARAGUAY Y
URUGUAY.

“Somos optimistas en cuanto a la recuperación del mercado argentino, considerando las nuevas políticas económicas que seguramente veremos madurar en 2025“

fotográficas **EcoTank L8160** y **L8180**. “Volvemos a la carga con soluciones para el segmento fotográfico donde históricamente Epson fue vanguardista”, afirmó. Al ser consultado sobre los desafíos para su segundo semestre fiscal, Kasjan dijo que están preparados, con un un forecast preciso de acuerdo con la estacionalidad, consensuado con las fábricas. “Recuperar espacios que por variables exógenas hemos perdido es uno de nuestros principales objetivos. Somos optimistas ya que planificamos Back to School 2025 con ofertas a consumidores finales muy atractivas. Seguramente

“El año pasado cerramos un acuerdo con Shakira como embajadora de marca, que nos permitió incrementar nuestro tráfico y el de nuestros clientes en redes, logrando mayor awareness y nuevos usuarios de nuestra tecnologías”.

nuestros canales de comercialización oficiales reciban información por adelantado para estar preparados”, contó.

Con respecto a productos, Kasjan adelantó que para la segunda parte del año próximo habrá novedades en el porfolio de Epson para el mercado hogareño, donde “sorprenderán con los atributos que los clientes, a partir de encuestas y entrevistas, nos fueron pidiendo”, comentó.

De acuerdo con el ejecutivo, aún muchos usuarios realizan home office y resisten el regreso a la actividad presencial. En ese sentido, sostuvo que demandan en su hogar la calidad de solución gráfica y digital que le ofrecían en las

oficinas de sus empresas. “Nosotros estamos trabajando en ese mercado, ofreciendo impresoras más compactas, más rápidas, con menos desperdicio. Seguimos trabajando con todo el sistema EcoTank de impresión en frío, que a diferencia que la tecnología láser no es perjudicada por los cambios de temperatura afectando los componentes”, enfatizó.

“Llegamos a los resellers a través de 10 mayoristas, porque estamos convencidos de que la cobertura es fundamental para el éxito del negocio”.

Un canal amplio y bien federal

Finalmente, Kasjan comentó que Epson es una empresa de puertas abiertas e invita a todos los resellers a comercializar sus productos y “compartir su propósito de innovación eficiente, compacta y precisa que tiene como objetivo enriquecer la vida de las personas y ayudar a crear un mundo mejor”.

CREA MOMENTOS IRREPETIBLES.

EPSON®

ecotank®

Let's Create Together.™

Multifuncional
EcoTank L3560

CONÉCTATE A TU IMPRESORA
Wi-Fi®, Wi-Fi Direct®

Descubre una forma intuitiva de imprimir con Epson Smart Panel™

IMPRIME HASTA
7.300 PÁGINAS A COLOR
O 4.300 PÁGINAS EN NEGRO
CON CALIDAD PROFESIONAL

Conseguílo en los principales distribuidores del país.

“Los clientes pueden encontrar en nuestro line up una solución para cada necesidad”

Damián Infer, Gerente de Ventas de Brother, explicó la estrategia de la marca para brindar soluciones de impresión específicas para cada necesidad y destacó sus diferenciales. Además, dio cuenta de una campaña con la que buscará impulsar la comercialización de insumos originales.

A la hora de analizar el actual año fiscal de Brother, que inició en abril, Damián Infer reconoció que fue de “lleno de desafíos”. “Tuvimos muy buenas ventas, pero la realidad es que tenemos que acompañar al canal, y hubo meses de buena facturación y otros donde no fue tan buena”, explicó.

Sin embargo, sostuvo que la proyección es que el año que viene sea muy positivo. “Estamos haciendo un muy buen trabajo en todo lo que son escáneres A3 y en la venta de consumibles originales. Vamos a tener nuevos lanzamientos de productos”, adelantó.

En lo que respecta al impulso a la venta de consumibles originales, el vocero anticipó que la marca en breve va a lanzar un programa donde los canales obtendrán ciertos beneficios. “Notamos que en las provincias hay mucha demanda de insumo original, de visita, de capacitación, por lo que vamos a hacer especial foco en las plazas del interior”, contó.

“Encontramos mucha demanda en lo que es digitalización de documentos y también en soluciones para el trabajador remoto”.

DAMIÁN INFER,
GERENTE DE VENTAS
PARA ARGENTINA
URUGUAY PARAGUAY
DE BROTHER.

“Lo que buscamos es estar con un excelente producto a precio competitivo; y ahí es donde encontramos un diferencial con otras marcas de impresión.”

Al ser consultado sobre el impacto que esperan en el mercado con los cambios regulatorios relacionados con la importación de productos, recordó que los equipos láser de la marca vienen de Vietnam, mientras que los de tinta continua, de Filipinas. “Todo lo que sea apertura de importación, disminución de impuestos y demás ayuda mucho al canal. Lo que nosotros buscamos es estar con un excelente producto a precio competitivo; y ahí es donde encontramos un diferencial con otras marcas de impresión. Además, nuestros equipos tienen una tasa de falla muy baja”, señaló.

Asimismo, Infer comentó que la estrategia de Brother es brindar una solución de impresión -y no vender un producto puntual-, que es distinta para cada necesidad del mercado. “El diferencial que tiene Brother es que nosotros tenemos soluciones en láser, láser color, inkjet, A3, ya sea con tinta o con sistema de tinta continua, y tenemos soluciones de digitalización, por lo que los clientes pueden encontrar en nuestro line up una solución para cada necesidad”, enfatizó al respecto.

Finalmente, anticipó que en 2025 la marca va a estar renovando algunas líneas con el lanzamiento de nuevos productos. “Las innovaciones que en este momento el mercado demanda son equipos de mediano a más pequeño porte, con mucha mejora tecnológica, más que nada a nivel software”, comentó en ese sentido.

Kodak alaris

"Ofrecemos soluciones que permiten disminuir la curva de aprendizaje en la adopción de una tecnología de captura"

Aurelio Vergara, Especialista de Producto de Kodak Alaris, destaca la propuesta tecnológica de la compañía para impulsar las iniciativas de transformación digital de las organizaciones. En este mismo sentido, explica cómo trabajan con sus partners para potenciar la venta consultiva de sus soluciones.

Aurelio Vergara, Especialista de Producto de Kodak Alaris, aseguró que la mayoría de las compañías y de diversas industrias ya se encuentran familiarizadas con el concepto de captura distribuida ya que, incluso sin conocerlo en profundidad, lo han hecho parte de su actual operación.

"El reto sin duda radica en optimizar los actuales recursos con los que cada compañía cuenta y orientar su actual estrategia de operación a métodos más eficientes e innovadores que realmente permitan aprovechar al máximo el impulso de sus iniciativas de transformación digital", sostuvo.

AURELIO VERGARA,
ESPECIALISTA DE
PRODUCTO DE
KODAK ALARIS.

"La clave es la versatilidad: nuestra mayor innovación es la posibilidad de ofrecer productos 100% customizables, adaptables y que puedan evolucionar con el cliente".

"El mercado se vuelve cada día más consultivo y menos transaccional en términos de venta de soluciones y producto. Por eso acompañamos a nuestros partners para que tengan la capacidad de brindar una propuesta de valor a sus clientes en sus procesos de transformación digital".

"El rol actual de la captura distribuida es un pilar fundamental para cualquier tarea de automatización basada en captura en cualquier empresa y/o industria", enfatizó.

Para el entrevistado, las compañías requieren herramientas –tanto de hardware como de software– que con un mínimo de esfuerzo en su implementación y manejo otorguen beneficios al usuario final con un retorno de inversión inmediato. "Conociendo esta demanda, nuestro portafolio ofrece soluciones que permiten disminuir la curva de aprendizaje en la adopción de una tecnología de captura y eliminar de raíz los errores de cualquier potencial proceso manual inmediato", destacó.

En ese mismo sentido, informó que el actual portfolio de Kodak Alais incluye productos que se pueden customizar "de tal forma que el reto documental se vuelve mínimo y el enfoque general se manifiesta en la simplificación del proceso".

Un canal entrenado

Vergara opinó que para contar con un canal entrenado, el primer punto es conocer la región y sus actuales necesidades. "De esta manera,

podemos trasladar el conocimiento mediante entrenamientos y certificaciones que agregan valor agregado. Ofrecemos a nuestros socios estratégicos la posibilidad de potenciar la venta consultiva y profundizar en el know-how sobre soluciones de captura avanzada y procesamiento inteligente de documentos, así como en las últimas tendencias en escáneres de escritorio y de producción", concluyó.

KODAK Info Input Solution

Se trata del software de IDP (procesamiento inteligente de documentos) que automatiza y simplifica el recorrido desde la llegada de los documentos hasta su uso en los procesos comerciales, de forma rápida, precisa y confiable.

AMTED
AMERICAN TECHNOLOGY DISTRIBUTOR

“Estamos encarando una senda de planificación, crecimiento y fidelización con nuestros clientes”

Desde el 2015, AMTED es Distribuidor Oficial de Canon en Argentina. En esta entrevista, Tomás Piñol, Socio Gerente de la empresa, cuenta las últimas novedades de la marca y cómo están trabajando con los canales para mantenerlos capacitados.

El entrevistado destacó que Canon expande su familia de Impresoras y Multifuncionales PIXMA MEGA-TANK año tras año para poder ofrecer un producto acorde a la necesidad de cada usuario en base a sus diversos ámbitos de trabajo.

“Con el incremento del Home Office, muchas familias necesitan contar con un equipo eficiente que responda a las múltiples necesidades de sus integrantes: Impresión de trabajos escolares, fotografías familiares, escaneo y digitalización de documentos, impresión de planillas y formularios, como así también conectividad inalámbrica”, sostuvo Tomás Piñol. “Por este motivo, Canon renueva su línea PIXMA Serie G con destacadas

TOMÁS PIÑOL,
SOCIO GERENTE
DE AMTED.

“Estamos ansiosos por la llegada del 2025; tenemos muchas novedades para nuestros clientes, las cuales nos permitirán fortalecer y ampliar la presencia de Canon en el mercado argentino”.

ventajas a nivel de calidad de impresión, eficiencia junto con el mayor control operativo gracias a la incorporación de un panel LCD que nos permite controlar de manera precisa la cantidad de copias que queremos realizar", destacó.

De esta manera se incorporan al mercado los modelos MegaTank G3170 y G2170 Multifunción color, con y sin Wi-Fi, respectivamente. Además, por el lado de fotografía, Canon está ampliando toda su gama de Cámaras Mirror Less EOS R.

Finalmente, Piñol informó que AMTED cuenta para sus clientes con capacitaciones online grupales y con personal dedicado en punto de venta, el cual brinda un apoyo al vendedor de piso. "A su vez, Canon también cuenta con herramientas de pre y post

"La tecnología de Canon brinda una solución integral para las diferentes necesidades de nuestros clientes. Desde el momento de tomar una foto con la familia de cámaras EOS R, hasta la impresión en calidad fotográfica con toda la línea PIXMA G".

venta para dar mayor solidez y confianza a nuestros actuales y futuros usuarios", agregó.

"Esperamos un 2025 lleno de desafíos y oportunidades. Enfocándonos en brindar a los canales la demanda de producto necesario para cumplir los requerimientos de nuestros consumidores finales", concluyó.

Canon MEGA TANK

¡Vivi IMPRIMIENDO!

Con la nueva generación de Pixma Serie G

Máxima velocidad

Impresión sin bordes

WiFi (G3110 y G4100)

Gran resolucion

Bajo Costo de Impresión por Página

UTILICE HASTA LA ÚLTIMA GOTA - BAJO COSTO DE IMPRESIÓN POR PÁGINA

¡Maximice la productividad y ahorre en el costo operativo con cada impresión!

6000 Páginas en B/N

7000 Páginas en Color

2000 Fotos en Color

DISTRIBUIDORES OFICIALES

AMTED
AMERICAN TECHNOLOGY DISTRIBUTOR
WWW.AMTED.COM.AR

"La innovación tecnológica es clave para la sostenibilidad empresarial. Soluciones como ZeroLiner reducen el desperdicio de papel, disminuyen las emisiones de CO2 y el consumo de energía, mientras optimizan recursos. Adoptar prácticas sostenibles es una necesidad imperativa para garantizar negocios operacionalmente eficientes y como consecuencia, generar un planeta más sano."
Alfonso Caraveo, Director de Ingeniería y Soluciones de Zebra Technologies LATAM.

“El volumen de impresión recuperó sus niveles pre pandemia y experimentará un crecimiento constante según las proyecciones. Esto se produce porque los MFP son parte esencial en la transformación digital de las empresas para el imput y output de la gestión documental. Adoptar estas tecnologías y eficientizar los procesos aumenta la competitividad de las compañías para adaptarse a las demandas de mercado”.
Javier Gómez, Gerente Comercial Workplace en Ricoh Argentina.

nexsys
Todas las marcas en un solo lugar
Adobe
appgate
arcserve
BlackBerry
BROADCOM
CROWDSTRIKE
Delphix
eset
Hewlett Packard Enterprise
HUAWEI
IBM Distributor
Lenovo
Liferay
Microsoft
ORACLE Partner
poly
Red Hat
Skyhigh Security
SOPHOS
TOSHIBA
Trellix
TRILIO
ViewSonic
wacom
www.nexsysla.com
CONTACTATE Y TE ASESORAMOS
Nexsys Argentina
Whatsapp for Business

AVAYA

“Lo que hoy está liderando es la adopción de la IA y la IA Generativa”

Daniel Sacks, flamante South America Channel Sales Director de Avaya, analiza en esta entrevista las oportunidades existentes en el mercado impulsadas por nuevas tendencias, como la adopción de plataformas de nube o nube híbrida y de la Inteligencia Artificial. En ese sentido, explicó cómo están habilitando a sus partners para que puedan capturarlas.

Daniel Sacks comentó que la operación Cono Sur de Avaya, que cerró el año fiscal en septiembre, de acuerdo con los números preliminares, alcanzó los objetivos de venta. “Particularmente Argentina tuvo un muy buen año, debido a que muchos de nuestros clientes adoptaron plataformas de nube, o de nube híbrida en el caso, por ejemplo, del vertical de salud o finanzas, donde llevar el call center 100% a la nube es complicado por temas de riesgo de vida o situaciones de la operatoria que están reguladas”, destacó. En efecto, estos últimos los señaló como los verticales más fuertes para la compañía, a los que se suman los BPO (Business Process Outsourcing) segmento donde, aseguró, son muy fuertes.

“Hoy el canal es fundamental en cuanto al poder de customización que puede llegar a haber para un vertical específico, y como integrador de tecnologías que involucren productos Avaya”.

Oportunidades

Si bien el ejecutivo sostuvo que el mercado está atravesando una transformación con muchos tipos de aplicaciones de colaboración, aclaró que todavía el mercado de UC (Unified Communications) al desktop sigue siendo importante, sobre todo en el área de gobierno o en retail. En ese sentido, recordó el reciente anuncio conjunto de Avaya y Zoom durante la última edición del evento Zoomtopia, respecto de la solución llamada Aura X para Zoom Workplace, que permite a los usuarios mantener las capacidades, funciones e integraciones de los sistemas empresariales legacy, a medida que incorpora nuevas innovaciones.

Por otra parte, para Daniel Sacks, sin dudas la Inteligencia Artificial (IA) y la IA Generativa es hoy lo que está liderando la adopción y también todo lo que tiene que ver con desarrollo, en el sentido de poder hacer más eficaz la atención de un agente, y de eliminar la tareas repetitivas incluso desde el usuario a la hora de tener que cargar su información. “Esto es donde se está enfocando mucho todo el área de desarrollo. Desde los bots que usaban IA Generativa, poder trasladarlo a un bot de voz con lo mismo que se ha usado en un canal escrito, es lo que está empezando a tomar relevancia dentro de nuestros clientes”, explicó.

“Avaya tiene un go to market mixto, es decir que llegamos a los clientes a través de canales y también tenemos algunas cuentas directas, pero en una relación 80% / 20%, respectivamente”.

Con todo, si bien Sacks aclaró que Argentina siempre fue un mercado que corre un poco por detrás a la hora de adoptar nuevas tecnologías, ya sea por cuestiones culturales o de costo, aseguró que una vez que una tecnología está madura y es adoptada a escala global, el mercado local se vuelca de lleno.

En el caso particular del proceso de migración a la nube, comentó que ve más modelos híbridos, ya sea por cuestiones de regulación de data privacy o por una situación de tener contingencia. A esto sumó temas de latencia debido a la ubicación de los grandes Data Centers, lo que hace que no todas las soluciones de voz puedan ser sostenidas en la nube. “Ahí es donde viene el modelo híbrido, ya sea en un formato CAPEX de inversión o en un formato SaaS on premise, para solucionar esa problemática que tienen los clientes”, apuntó.

Si bien Avaya trabaja con Azure y con Google CP, el entrevistado comentó que la evolución de Aura call center Elite, ahora AXP Esencial y AXP Advanced, lanzada recientemente al mercado, permite al cliente migrar desde un release 10 de Elite o anterior a una esta versión e implementarlo en otra nube, como AWS o un proveedor local.

Habilitación a los partners

Al ser consultado sobre cómo Avaya está habilitando a los partners para que puedan captar esas oportunidades, Sacks comentó que algunos de ellos, que desde siempre trabajaron en el segmento del Contact Center, ya venían preparándose: “Ya atravesaron esa etapa de transformación, tienen sus equipos con gente entrenada y con conocimiento de las nuevas tecnologías. Siempre están viendo cuál es la tendencia del mercado y hacia dónde está yendo Avaya”, comentó.

De todas formas, informó que Avaya tiene dos formas de habilitar a sus partners en las nuevas tecnologías: a través de webinars o trainings online, y trainings presenciales tipo Hands-On y sobre cómo desarrollar y levantar servicios en la nube, tanto en las oficinas regionales de Buenos Aires como enviando recursos a diferentes países del mundo, teniendo en cuenta que la operación local de la compañía es uno de sus hubs globales y cuenta con un centro de excelencia regional.

“Hoy el canal es fundamental en cuanto al poder de customización que puede llegar a haber para un vertical específico, y como integrador de tecnologías que involucren productos Avaya”, destacó.

En ese mismo sentido, el entrevistado destacó que Avaya

“El mercado está atravesando una transformación con muchos tipos de aplicaciones de colaboración, pero todavía el Unified Communications al desktop sigue siendo importante”.

disponibiliza APIs a sus canales para que puedan desarrollar soluciones específicas y customizarlas a diferentes verticales. “Por ejemplo, en el caso de una empresa de salud o retail que ya tiene su propio bot inteligente desarrollado, Avaya no se cierra a que tengan que usar nuestro bot para que la solución funcione, sino que el cliente o el canal que traiga su bot puede integrarlo por intermedio de las APIs”, explicó.

Sacks contó que Avaya tiene dos formas de trabajo a través de canales, por un lado, con los business partners, los Tier I, que son los de mayor volumen de negocios y tienen línea de crédito directa con la compañía, entre otros beneficios; y los Tier II, con los que trabajan a través de un mayorista. En el caso de Argentina, invita a este tipo de canales a que accedan a las oportunidades que ofrece el mundo Avaya a través de Solution Box, DACAS y Anixter.

TP-Link invita a los partners a obtener la certificación OCNA Wireless

La certificación OCNA Wireless (Omada Certified Network Administrator –Wireless) encuentra dirigido a Integradores de Sistemas, Instaladores y Resellers de Valor Agregado que busquen reforzar y certificar su conocimiento sobre redes empresariales y las múltiples opciones de despliegue de la solución Omada SDN de TP-Link. Entrevistamos a Esteban Barbaran, Gerente de Soluciones de la marca en Argentina.

El ing. Esteban Barbaran, Gerente de Soluciones de TP-Link Argentina, informó que esta certificación está dirigida a aquellos profesionales que buscan mejorar sus habilidades técnicas y operativas en el uso de soluciones de redes empresariales, con un enfoque en la administración centralizada, la seguridad y la eficiencia de redes escalables.

TP-Link está brindando la certificación de manera gratuita principalmente para partners de distribución y revendedores que ofrecen soluciones de red a clientes empresariales; ISP que buscan optimizar sus redes; integradores de sistemas y consultores que implementan y gestionan redes para sus clientes; administradores de redes que desean profundizar

ESTEBAN BARBARAN, GERENTE DE SOLUCIONES DE TP-LINK ARGENTINA.

“Nos aseguramos de que tengan las herramientas para potenciar su negocio, abrir nuevas oportunidades en una variedad de escenarios (empresas, hoteles, restaurantes, shoppings, educación) y mejorar la calidad de servicio en cada proyecto”.

en la gestión y optimización de redes utilizando la plataforma Omada SDN; y equipos técnicos y de soporte de empresas que utilicen productos Omada en su infraestructura de red. Barbaran destacó que el objetivo de TP-Link con las certificaciones OCNA es que sus partners adquieran un conocimiento robusto, tanto de la tecnología de implementación de redes de internet como de las oportunidades que ofrece la cartera de productos Omada.

En ese mismo sentido, señaló que la solución es escalable y muy flexible en sus posibilidades de implementación para adaptarse a las necesidades del proyecto, pero aclaró: “Solo podemos alcanzar su potencial completo si brindamos la formación y herramientas necesarias a nuestros partners estratégicos”.

Desde TP-Link realizan certificaciones de forma periódica, ya sea en sus oficinas o en las de sus distribuidores. También brindan la posibilidad de organizar una certificación exclusiva si un cliente así lo requiere.

Para conocer las próximas fechas y dónde se realizarán, los interesados pueden ponerse en contacto con su distribuidor de confianza, con su ejecutivo de cuentas de TP-Link Argentina, o bien escribir a marketing.ar@tp-link.com para recibir la información detallada.

tp-link

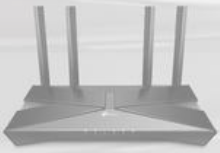
NAginet

La solución completa para ISP de los expertos en Wi-Fi

- Gestión de hasta 100K dispositivos
- Gestión Behind-NAT
- Nuevas características como predeterminadas
- Compatible con TR-069
- Fácil configuración a múltiples dispositivos
- Configuración específica
- Prueba de rendimiento
- Configuración personalizada

DS-P8000-X2

XC220-G3v



XX230v

¡Convertí cada compra en beneficios!
Si adquirís productos ISP de TP-Link a través de nuestros distribuidores autorizados, sumate al ISP Business Program y accedé al sistema de beneficios.

TP-Link S.R.L.
ventas.ar@tp-link.com; corp.ar@tp-link.com @tplink_arg TP-Link Argentina www.tp-link.com/ar

MICROCOM

Microcom presenta la renovación de su sitio web

Además de renovar por completo la estética, los colores, el diseño y la presentación de la información, ha optimizado el rendimiento de su página para garantizar una carga rápida y una experiencia fluida en todos los dispositivos. Luciano Raso, Gerente de Marketing del mayorista, cuenta todas las novedades.

De acuerdo a lo manifestado por Luciano Raso, este rediseño no solo moderniza la apariencia de su sitio web, sino que también representa de manera mucho más fiel la identidad visual de Microcom. «Hemos trabajado cuidadosamente en cada detalle para asegurarnos de que esta nueva versión refleje mejor nuestros valores y la esencia de nuestra marca. Los colores y el diseño han sido seleccionados para crear una experiencia visual coherente y atractiva, alineada con nuestra imagen corporativa. Además, la información ahora se presenta de manera más clara y accesible, facilitando la navegación y mejorando la experiencia del usuario», explicó.

La nueva web contará con un amplio y organizado espacio dedicado a todos los productos

LUCIANO RASO,
GERENTE DE
MARKETING DE
MICROCOM.

"Nuestros clientes registrados podrán consultar precios en tiempo real, verificar la disponibilidad de stocks, descargar facturas y hacer un seguimiento detallado del estado de sus RMA".

y marcas que Microcom comercializa. De esta manera, los clientes van a poder encontrar fácilmente una extensa variedad de productos, cada uno con su propia ficha técnica detallada e imágenes de alta calidad, para que tengan toda la información que necesiten a su alcance.

Además, la nueva página web incluye un espacio dedicado especialmente a mantener a los clientes informados sobre todas las novedades de Microcom. Otro espacio servirá para mantenerlos al día con las últimas noticias sobre nuevos

«Hemos trabajado para que la navegación sea intuitiva y amigable, permitiendo filtrar y buscar productos por marcas y códigos, de manera sencilla y eficiente”.

productos y soluciones innovadoras que ofrece Microcom a sus clientes. «Queremos que tengan acceso directo a toda la información relevante sobre las mejoras y avances tecnológicos que ofrecemos, así como sobre las iniciativas y alianzas que estamos desarrollando para brindarte los mejores productos posibles», enfatizó.

MICROCOM

microcom.com.ar

Soluciones Green

Soluciones ecológicamente favorables para la red de su empresa.

FURUKAWA SOLUTIONS

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

kaspersky

Kaspersky incorpora destacadas novedades en su programa de partners

Andrea Fernández, General Manager de Kaspersky, Región SOLA, cuenta en esta entrevista que el denominado programa Kaspersky United ha sumado algunas novedades que ofrecen mayores beneficios, adaptándose además a los diferentes tipos de socios que forman el ecosistema de la marca.

Kaspersky United ofrece una serie de ventajas para los partners, como un acceso rápido a niveles de asociación; más recompensas transparentes, incentivos y descuentos, incluido el registro de oportunidades para mejorar la rentabilidad continuamente; integra soluciones especializadas que abordan necesidades específicas de los clientes y partners con diferentes modelos de negocios; y un portal para partners con todas las herramientas que necesitan para hacer negocios con la marca, además de la gestión de licencias flexibles para MSP y MSSP

¿Qué perfiles de partners pueden acceder a estos beneficios?

Buscamos socios de negocios interesados en crecer de la mano de la ciberseguridad.

ANDREA FERNÁNDEZ.
GENERAL MANAGER DE
KASPERSKY, REGIÓN SOLA.

“Nuestra premisa es garantizar una protección proactiva y de calidad con un enfoque integral. Para lograrlo trabajamos en tres pilares: tecnología, procesos y personas. Nuestra compañía pone un acento especial en el ‘factor’ humano, considerado como base al impulso de crecimiento”.

La transferencia de conocimientos que brindamos es clave para su éxito. Nuestro trípode “capacitación, inteligencia y soluciones” aporta un grado de especialización superior. No se trata de soluciones mágicas, la ciberseguridad se construye. Quienes estén dispuestos a enfrentar el desafío, sepan que con Kaspersky podrán cosechar muy buenos resultados.

¿Qué herramientas ofrecen para la evolución del partner?

Trabajamos codo a codo con nuestros canales e integradores, para que puedan adaptarse a las nuevas tecnologías y enfrentar con éxito las crecientes amenazas. Brindamos entrenamientos integrales, tanto en áreas comerciales como de preventa y postventa. Ofrecemos promociones exclusivas solo disponibles a través del canal de socios y nuestras certificaciones se otorgan de forma gratuita. Aportamos gran valor en la capacitación sobre las ciber amenazas locales y regionales detectadas por nuestro equipo de investigación GReAT en Latinoamérica.

¿Qué herramientas o beneficios disponibles no son del todo aprovechados por los partners?

Creo que hay dos beneficios específicos que los partners y sus vendedores deberían aprovechar más:

el primero es KUDOS, una plataforma donde los vendedores ganan puntos en función de las ventas y pueden canjearlos por premios. Es una excelente herramienta y permite motivar a los vendedores a cerrar negocios de ciberseguridad. También el hecho de que todas nuestras certificaciones son gratuitas. Creo que es un beneficio muy importante. Cuanto más conocen de ciberseguridad y de sus herramientas, más fácil les será llegar al cliente final y entender la problemática que padecen.

¿Cuáles son las últimas novedades incorporadas al programa?

Actualmente, quisiera destacar una propuesta de alto valor para las empresas de todos los tamaños: la renovación del portafolio de soluciones empresariales Kaspersky Next. Esto ayuda a que nuestros canales puedan atender las necesidades de los clientes, con una solución EDR diseñada para organizaciones que no cuentan con un equipo de seguridad o informático dedicado.

“Nuestro programa es muy beneficioso para nuestros socios de negocios, que tienen una oportunidad única de incrementar sus ventas promocionando una compañía líder en la industria de ciberseguridad”.

Federico Pérez Acquisto, Gerente General para Latinoamérica de ESET
“El canal que vende ESET debería focalizarse en grandes corporaciones, no solo en el SMB, porque tenemos soluciones y servicios con el grado de robustez que las grandes empresas necesitan. Nuestro soporte comercial y técnico a nivel Latinoamérica está certificado por ISO 9001».

MAS INFORMACIÓN

Gonzalo García, Vicepresidente de Ventas de Fortinet para América del Sur.
“Debemos ayudar a que el canal pueda sumarse a la última tendencia, que es la consolidación del consumo de ciberseguridad. Empresas que antes consumían quizás 30 tecnologías y fabricantes diferentes están yendo a un camino de dos o tres plataformas para su ciberseguridad”.

MAS INFORMACIÓN

Marcelo Garaffa, Enterprise Technologist LATAM en Dell.

“Dell Technologies ofrece soluciones y servicios de ciberseguridad para reducir vulnerabilidades, detectar y responder a amenazas, y recuperarse de ataques cibernéticos. Sus dispositivos incluyen seguridad integrada y servicios de detección y respuesta administrada (MDR) para frenar ataques”.

DELL Technologies

MAS INFORMACIÓN

Leonardo Giordano, Country Manager de Cisco para Argentina, Paraguay y Uruguay.

“Con Cisco Secure Cloud Analytics, ofrecemos visibilidad y detección continua de amenazas para proteger entornos de nube pública, redes privadas e híbridas. La integración con Cisco SecureX permite una respuesta unificada y automatizada a las amenazas, facilitando la transformación digital segura”.

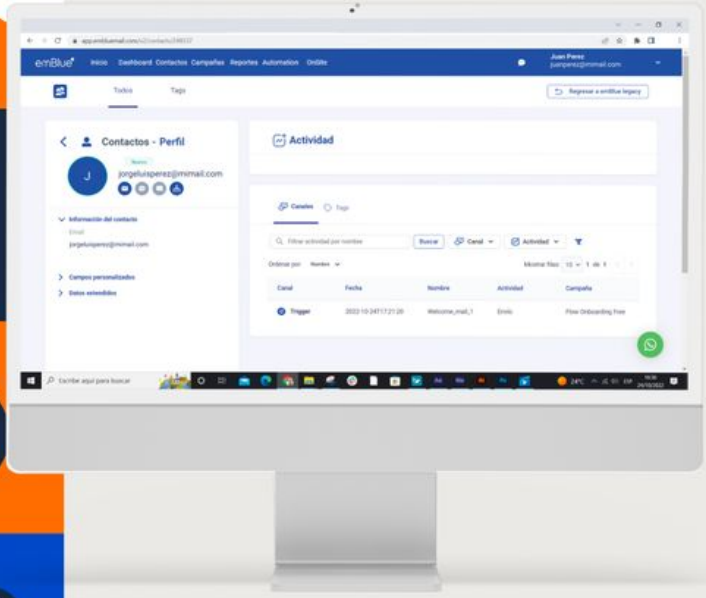
MAS INFORMACIÓN

CISCO

01 /

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 obten una
prueba GRATUITA

emBlue

mediaware MARKETING

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**

mediaware.org

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