

Encontrar el socio adecuado para videoconferencias en un mundo lleno de proveedores de tecnología

Pautas para seleccionar una solución de videoconferencia para la siguiente fase en el espacio de trabajo moderno

Informe patrocinado por:

logitech

Ayer y hoy: la videoconferencia demuestra su valor

Incluso antes del comienzo de la pandemia en 2020, las videoconferencias ya se estaban convirtiendo en una herramienta esencial para el lugar de trabajo moderno. A nivel de empresa, han demostrado su utilidad para alcanzar objetivos organizativos tales como la integración de los empleados, el recorte de costos y la mejora de las comunicaciones.

A nivel individual, se reconoce el beneficio de las videoconferencias para la productividad, al aportar más a las reuniones. Entre los 1.400 participantes en una encuesta de Wainhouse Research, la expectativa más destacada respecto a las videoconferencias es la ayuda que pueden proporcionar para trabajar más eficazmente.¹ Los participantes opinaron que la interacción visual daría lugar a una colaboración más grata, aportaría claridad a las comunicaciones y crearía conexiones humanas más realistas. Todas esas razones se consideran como positivas para los resultados de una relación.

La expectativa de reuniones mejores es aplicable a todos y cada uno de los espacios de trabajo. Desde los escritorios personales a las soluciones para sala equipadas con dispositivos audiovisuales (AV), las videoconferencias han estado ayudando a los equipos de trabajo a incrementar la productividad de las reuniones, sin importar la ubicación de los interlocutores. Pero el verdadero potencial de las videoconferencias se puso de relieve a principios de 2020.

Para el mes de abril, tan sólo unas semanas después de declararse la pandemia de la COVID-19, la población laboral europea que trabajaba desde casa había aumentado unas 8 veces, de un 5% a un 40%.² Asimismo, en Estados Unidos, más de dos tercios de los trabajadores trabajaban desde casa para esas fechas.³ Los empleados procuraban mantener el contacto con sus compañeros y los directivos intentaban mantener en marcha las empresas. Como era de esperar, el mundo recurrió a las videoconferencias para salir adelante, y la adopción previamente iniciada en las empresas actuales se aceleró de cinco a ocho años.

No cabe duda de que estamos al comienzo de una nueva era de relevancia de las videoconferencias. Para muchas empresas, el video está evolucionando de la mera automatización del negocio a una plena integración en el negocio, y puede que tal vez sea el negocio.

¿Cómo respondió tu solución de videoconferencia en ese periodo?

Con el drástico incremento de los usuarios finales y de casos de uso imprevistos, los encargados de la toma de decisiones de TI (ITDM) pudieron ver cómo se adaptaban a la dinámica situación las soluciones de videoconferencia que habían elegido. Algunas de ellas lo hicieron bien, otras no. Lo que muchos ITDM descubrieron es que algunos proveedores simplemente no eran capaces de ofrecer valor en una situación fluida, en la que los requisitos empresariales estaban cambiando.

Pero aún hay esperanzas. Wainhouse cree que esa problemática oportunidad de transformación ha ayudado a los ITDM a definir mejor lo que realmente necesitan de la tecnología de videoconferencia. Los proveedores no deberían limitarse a proporcionar video. Deberían apoyar a los ITDM como asociado tecnológico de confianza capaz de ayudar a las empresas a prosperar en la "siguiente normalidad" de nuestra experiencia de trabajo moderna.

¿En qué se diferencian un asociado de tecnología de videoconferencia y un proveedor? Dicho del modo más simple: además de cumplir las especificaciones básicas (por ejemplo, la oferta de video y audio, y un cierto precio), un socio tecnológico contribuye a lograr más objetivos importantes de una empresa.



¿QUÉ ESPERAN DE LAS VIDEOCONFERENCIAS TUS USUARIOS FINALES?

Una encuesta de Wainhouse de 2019 revela que la gran expectativa de los usuarios finales es que las videoconferencias les ayuden a trabajar más eficazmente.

Aunque suena bien, ¿cómo puede aplicar un ITDM una diferenciación tan sublime? No es tan sencillo como añadir a la solicitud de propuesta "el proveedor debe crear valor para el negocio" y dar hecho que recibirá respuestas procesables. Por eso, Wainhouse ha creado el siguiente esquema, con el fin de ayudar a convertir en realidad esas ideas brillantes.

Esquema de partes interesadas para seleccionar una solución de videoconferencia

Aunque cada organización es diferente, en opinión de Wainhouse basándose en su experiencia, el primer paso para seleccionar un proveedor es filtrar las opciones con una primera línea de validación eficiente antes de centrar sus esfuerzos en un análisis más exhaustivo.

Para ello, Wainhouse ha diseñado un esquema de las partes interesadas con el que ayudar a los ITDM a entender si un proveedor de videoconferencia cumple los requisitos básicos en teoría o si excede tales requisitos y es un socio de confianza, más que un proveedor. Nuestro esquema te ayuda a evaluar las capacidades de un proveedor de videoconferencia en lo relativo a las necesidades de cuatro partes interesadas de máxima importancia.

Para cada grupo, identificamos un tema central y proponemos una serie de preguntas que te ayudarán a evaluar tus necesidades empresariales. Al examinar el esquema, te animamos a profundizar en las respuestas inmediatas y encontrar ejemplos de cómo puede ofrecer el proveedor valor adicional a las partes interesadas. Es importante destacar que hemos creado este esquema pensando en el futuro del trabajo y, si procede, indicamos las repercusiones que la COVID-19 tendrá en esas partes. Éstas son las cuatro partes interesadas y sus atributos primarios: la empresa y su necesidad de adaptación; los usuarios finales y su deseo de integrarse, los administradores de TI y sus requisitos de asistencia, y el comprador de TI y su tarea de aprovisionamiento.



Ten en cuenta que este esquema tiene el propósito de actuar como filtro inicial para la tecnología de videoconferencia. Pero, si un proveedor candidato puede demostrar que supera los requisitos, debería evaluarse.



La empresa como parte interesada – ¿qué capacidades necesita tu empresa actualmente? y ¿cómo podrían cambiar en el futuro?

Esta cuestión se centra en la capacidad de la cartera de productos del socio para satisfacer las necesidades de la empresa durante su adaptación a los cambios operativos. Hasta hace poco, lo único que tenían en cuenta los ITDM era si el proveedor ofrecía soluciones para salas de conferencias pequeñas, medianas y grandes. En aquel tiempo, un proveedor podía destacar si también ofrecía productos para espacios de trabajo remotos. Pero hoy en día es preciso incluir la opción de futuros espacios de trabajo híbridos, que irán evolucionado a medida que los empleados regresan a las oficinas.

El espacio de trabajo es sólo una de las posibles áreas susceptibles a cambios rápidos. También es necesario entender el funcionamiento conjunto de los dispositivos de la empresa y otras inversiones de comunicaciones unificadas. Y si el proveedor te limita a un servicio de videoconferencia con opciones restrictivas que dificultarán el cambio de las soluciones posteriormente.



TEMAS DE CONVERSACIÓN



PROVEEDOR (CUMPLE EL REQUISITO)



SOCIO (EXCEDE EL REQUISITO)

<p>¿Tiene el proveedor una cartera de productos apta para diversos espacios de trabajo (ya sean espacios para grupos, espacios de reunión reducidos, oficinas en casa o entornos móviles)?</p>	<ul style="list-style-type: none"> El proveedor ofrece productos para espacios de trabajo comunes pero no para otras áreas. Implementa productos actuales en nuevos espacios de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> Tiene productos específicos para uso en entornos domésticos, de oficina, híbridos y móviles.
<p>¿Funcionan los dispositivos VC con mi solución UC actual?</p>	<ul style="list-style-type: none"> Funciona con mis aplicaciones UC pero podría no tener certificación de uso con ellas. 	<ul style="list-style-type: none"> Con certificación del conjunto de aplicaciones UC como socio de soluciones.
<p>¿Están los dispositivos VC supeditados a un servicio de videoconferencia concreto o a un conjunto de aplicaciones UC determinado?</p>	<ul style="list-style-type: none"> El hardware está restringido a un solo servicio de videoconferencia. El proveedor no permite cambiar los servicios de videoconferencia. 	<ul style="list-style-type: none"> El hardware del socio se puede usar tal cual con un servicio VC, pero puede adecuarse para usar con otros servicios VC, si es necesario.
<p>¿Cuál es el proceso para cambiar a otro servicio de videoconferencia o conjunto de aplicaciones UC?</p>		

Conclusión clave – Busca una cartera de soluciones para sala y escritorio en una amplia gama de relaciones calidad-precio que ayuden a la empresa a dotar de soluciones adecuadas los espacios requeridos. Si sólo prestas atención a soluciones de video de bajo costo, es posible que no sean implementables en toda la organización. Puede que las funciones de las soluciones de gama alta no se necesiten en todas partes y, de usarse en todos los espacios, podría excederse el gasto. Los ITDM también deben tener cuidado con la "fijación" de servicios VC, por la que los dispositivos sólo funcionarán con determinados servicios de conferencia.



¿NECESITAS FLEXIBILIDAD DE UC?

En la encuesta de 2019 que Wainhouse realizó entre los responsables de las decisiones de TI, la mayoría de las grandes empresas afirmaron tener **al menos tres proveedores de soluciones de reunión** en sus entornos.



Usuarios finales como partes interesadas: ¿qué hará falta para implementar y fomentar el uso de estas soluciones?

Este planteamiento se centra en los usuarios finales y cómo fomentar su participación y acelerar la adopción de la tecnología de videoconferencias. En muchos casos, se trata de determinar si una solución es asequible en términos de uso para el usuario final.



TEMAS DE CONVERSACIÓN



PROVEEDOR (CUMPLE EL REQUISITO)



SOCIO (EXCEDE EL REQUISITO)

<p>¿Está el usuario final familiarizado con la marca?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Puede que los usuarios finales conozcan la marca pero no la usen en otras áreas de su trabajo. • Por ejemplo: puede que sólo vean sus productos en salas de conferencias grandes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los usuarios finales conocen la marca porque la ven y la usan en distintos espacios de trabajo, tanto en la oficina como al trabajar remotamente.
<p>¿Tiene experiencia de primera mano con otros productos de este proveedor?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La interfaz de usuario (IU) es exclusiva de las soluciones para sala y, por lo tanto, requiere cierta capacitación para familiarizarse con el uso. • El proveedor suplementa las instrucciones de uso con instrucciones en pantalla o en la sala. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los dispositivos del socio usan interfaces de usuario nativas para el servicio de videoconferencia que elijas. • Como resultado, las soluciones para sala apenas requieren capacitaciones, ya que el flujo de trabajo para funciones como comenzar una reunión o compartir contenido son habituales, tanto en el entorno de escritorio como en el de sala de reuniones.
<p>¿Cuánta formación o información previa requiere alguien que use una solución por primera vez?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los productos del proveedor ofrecen opciones de ajuste manuales durante la llamada o tecnología de ajuste automático, pero las acciones requeridas son perceptibles para los participantes en la reunión. • Esos efectos perceptibles pueden ser, por ejemplo, parpadeos de la cámara o niveles de micrófono irregulares. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los dispositivos del socio incorporan tecnología "inteligente" que realiza ajustes automáticos. • Entre ellos están las cámaras que encuadran al grupo de personas en la sala con transiciones fluidas; o los micrófonos con formación de haces que captan homogéneamente cualquier voz.
<p>¿Qué necesita el usuario final para ajustar el audio o la cámara según las condiciones del entorno de reunión?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El control en la sala está limitado a un solo recurso como, por ejemplo, un remoto. • A menudo, todos los presentes pueden ver en pantalla las acciones ejecutadas a través de un remoto, lo que crea tensión para la persona a cargo de él. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas al frente de las reuniones tienen diversas opciones para gestionarlas, entre ellas un control de mesa que hace las acciones más discretas y menos perceptibles para el resto de los usuarios.
<p>¿Qué dispositivos hay disponibles en las salas para que un usuario final controle una videoconferencia?</p> <p>¿Son esos dispositivos asequibles o intimidantes?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El control en la sala está limitado a un solo recurso como, por ejemplo, un remoto. • A menudo, todos los presentes pueden ver en pantalla las acciones ejecutadas a través de un remoto, lo que crea tensión para la persona a cargo de él. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las personas al frente de las reuniones tienen diversas opciones para gestionarlas, entre ellas un control de mesa que hace las acciones más discretas y menos perceptibles para el resto de los usuarios.

Conclusión clave – La asequibilidad del hardware de videoconferencia es un factor fundamental. El uso de los dispositivos debería ser intuitivo y familiar. Además, las soluciones para sala deberían permitir gestionar los sistemas mediante varios métodos, por ejemplo, a través de controles de mesa o dispositivos personales. Y aún más importante: el flujo de trabajo y las interfaces de usuario deberían ser similares entre los distintos espacios de videoconferencia. Tanto para escritorio como para salas de conferencias o espacios de trabajo móvil, un buen socio tecnológico ofrecerá interfaces comunes, para que los usuarios finales utilicen la tecnología resueltamente.

Con relación a COVID-19 – Con el regreso de los empleados a las oficinas, en modelos de trabajo híbrido (en su casa y en la empresa), la seguridad y la higiene merecen atención especial. En las salas de conferencias se pueden habilitar funciones como las de las cámaras inteligentes y el control mediante la voz, para reducir la necesidad de tocar superficies comunes. Si estas funciones son relevantes para las partes interesadas, asegúrate de que sean fáciles de usar.



LA IMPORTANCIA DE LOS EMPLEADOS MOTIVADOS

Un estudio realizado por la Un estudio realizado por la Escuela de Empresarios de la Universidad de Carolina del Norte reveló que las empresas que cuentan con un grado alto de integración de los empleados obtuvieron unos ingresos 2,3 veces superiores en un periodo de tres años, comparadas con empresas cuyos empleados tienen un nivel de integración medio.



Administradores de TI como partes interesadas: ¿qué hará falta para mantener las soluciones?

Lo más probable es que esta parte interesada tenga ya preparada una meticulosa lista de requisitos. Por lo tanto, nuestro esquema de validación inicial no pretende profundizar en los requisitos específicos de estos administradores, sino más bien en cómo y dónde podría garantizar el proveedor la continuidad operativa. También se deberían tener en cuenta los posibles costos asociados a la colaboración con el proveedor para respaldar sus soluciones.



TEMAS DE CONVERSACIÓN

¿Puede suministrar el proveedor monitoreo y gestión con herramientas nativas?

¿Cómo funcionan las herramientas del proveedor con otras soluciones de gestión?



PROVEEDOR (CUMPLE EL REQUISITO)

- Ofrece monitoreo, pero puede haber dependencias restrictivas tales como sólo para soluciones in situ.
- Además el monitoreo podría estar sujeto a tasas de pago para habilitar funciones o ampliar el número de dispositivos incluidos.



SOCIO (EXCEDE EL REQUISITO)

- Hay monitoreo disponible en un formato práctico, por ejemplo, en una plataforma en la nube; sin exigencias de hardware in situ.
- Las funciones no están sujetas a costos recurrentes.
- Las herramientas de gestión del socio tienen API que permiten el uso con otras herramientas de gestión.



TEMAS DE CONVERSACIÓN



PROVEEDOR (CUMPLE EL REQUISITO)



SOCIO (EXCEDE EL REQUISITO)

¿Cuáles son las condiciones de la garantía para el reemplazo del hardware?	<ul style="list-style-type: none"> • El proveedor ofrece el reemplazo del hardware durante un año o menos. 	<ul style="list-style-type: none"> • El proveedor ofrece el reemplazo del hardware durante más de un año.
¿Qué mantenimiento físico se requiere para gestionar los dispositivos?	<ul style="list-style-type: none"> • Los dispositivos tienen pasos de gestión (por ejemplo, la confirmación de conexiones o el inventario de periféricos) que debe realizar en persona un empleado de TI. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los dispositivos pueden notificar todos los estados a las consolas de gestión remota y tienen funciones remotas adecuadas para abordar la realización de cambios.
Si se requiere la asistencia del proveedor, ¿es un servicio de pago? ¿Está el soporte sujeto a limitaciones temporales o geográficas?	<ul style="list-style-type: none"> • El proveedor ofrece soporte, pero la resolución de problemas exhaustiva podría requerir contratos de mantenimiento adicionales. • La cobertura geográfica o las limitaciones del horario de atención podrían repercutir en el precio de los servicios de asistencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece soporte gratuito sin limitaciones geográficas ni supeditación a contratos de servicio.

Conclusión clave – Los programas de mantenimiento integrales incluyen, entre otras cosas, las herramientas de administración, los servicios de soporte y el reemplazo del hardware. Esta sección te ayudará a plasmar las necesidades de los administradores de TI, a fin de apoyar la inversión de VC de tu empresa.

Con relación a la COVID-19 – A causa de la pandemia, lo más probable es que se expanda el ámbito de uso de las videoconferencias, con más implementaciones para el teletrabajo y posiblemente más salas de conferencias. Los programas de mantenimiento de un socio deben ser completos y además accesibles para todos los dispositivos empresariales, en cualquier ubicación.



Compradores de TI como partes interesadas : ¿qué hará falta para suministrar la tecnología requerida por una fuerza laboral dispersa?

Además del precio y las condiciones de uso, el socio de videoconferencia ideal debería ofrecer soluciones que puedan adquirirse a través de diversos canales de compra y ponerse a disposición de una fuerza laboral dispersa. Esto debería ser así en empresas con usuarios finales que trabajen en distintos países o en distintos edificios de una sede.



TEMAS DE CONVERSACIÓN



PROVEEDOR (CUMPLE EL REQUISITO)



SOCIO (EXCEDE EL REQUISITO)

¿Están los productos disponibles en la ubicación de los usuarios finales?

- El proveedor tiene una disponibilidad geográfica limitada.
- Usa distribución multinivel o aplica tasas de envío extra para entregar productos en todas las áreas.

- El socio tiene una distribución de productos adecuada para el ámbito de tu negocio.

¿Disponen los compradores de TI de diversas opciones de canal para tu estrategia de gestión del proveedor?

- Sólo está disponible a través de un tipo de socio de distribución (por ejemplo, VAR).

- Está disponible a través de distintos tipos de canales de compra: VAR, integradores de sistemas, tiendas online especializadas, o incluso canales de tiendas de consumidor o prosumidor.

Conclusión clave – Asegúrate de proveer dispositivos en todas las regiones geográficas de la empresa. Ten en cuenta que es probable que el comprador de TI tenga una estrategia de aprovisionamiento, y que un socio con diversas opciones de compra y entrega podrá ayudar a que esta parte interesada logre sus objetivos.

Con relación a la COVID-19 – Además del gran aumento de la fuerza laboral remota a causa de la pandemia, Wainhouse ha comprobado que las empresas también están usando oficinas "satélite" con el fin de reducir la densidad de ocupación de las sedes principales y para facilitar el uso de entornos de trabajo híbridos.



40.000 ¿EL TELETRABAJO SIEMPRE SE REALIZA EN CASA?

En Japón, el Ministerio de Territorio, Infraestructura, Transporte y Turismo realizó un estudio en el que participaron 40.000 personas y llegó a la conclusión de que la ubicación **más común para quienes trabajaban remotamente es la oficina "satélite"**.

Logitech: un asociado de confianza para videoconferencias

Basándose en su esquema de las principales partes interesadas, Wainhouse Research considera a Logitech como un magnífico ejemplo de socio tecnológico para videoconferencias. Resumidamente, Logitech tiene una cartera de productos empresariales de todos los tamaños, tanto si se componen de unas cuantas oficinas domésticas como si son organizaciones internacionales con miles de salas de conferencias. Además de ser asequibles y escalables, sus soluciones también permiten excepcionales experiencias audiovisuales.

Al aplicar a Logitech el esquema presentado en este artículo, Wainhouse Research descubrió entre otras cosas las detalladas a continuación.



Adaptabilidad – Las soluciones de videoconferencia con Logitech pueden acomodar los cambios en las necesidades de una empresa

Logitech ha demostrado durante años que entienden los casos de uso individual y de grupo para las videoconferencias. Sus dispositivos son independientes de la plataforma y se pueden configurar con diversos servicios de videoconferencia. Además, permiten a los usuarios finales trabajar con flujos UC ya habituales para ellos. No hace falta incorporar hardware nuevo cada vez que se presenta un nuevo caso de uso (por ejemplo, el trabajo remoto) o se considera la posibilidad de implementar un nuevo conjunto de aplicaciones UC.

- **Logitech tiene una amplia cartera de soluciones de videoconferencia** – Para la oficina en casa, el espacio de reuniones reducido, el escritorio en la oficina o la sala de juntas, Logitech ofrece una solución para todo tipo de casos de uso. Wainhouse aprecia la extensa cobertura de casos de uso individual y de grupo, y también el hecho de que Logitech ofrece soluciones de videoconferencia tanto basadas en PC del equipo de sala como en dispositivos propios de los usuarios (BYOD).
- **Grandes ecosistemas de socios con acreditaciones de alta calidad** – Logitech lleva años colaborando con líderes del sector como Microsoft, Zoom y Google. Estas relaciones de confianza han creado un conocimiento exhaustivo que permite a Logitech proporcionar una experiencia de video aún mejor que la de otras marcas con programas de socios similares.
- **Funcionamiento con diversos sistemas operativos y servicios de videoconferencia** – La experiencia con video de Logitech no está restringida a un sistema operativo. Es compatible con las principales aplicaciones y plataformas de servicio, entre ellas MacOS, iOS, Windows 10 y Android, a gusto del cliente.



Integración – La cartera de productos Logitech es un nombre de confianza para los usuarios finales

Una de las primeras cosas que llama la atención es que la marca Logitech se reconoce en todos los niveles de una organización. Los usuarios finales buscan marcas que sean agradables de usar y satisfagan sus necesidades, por ejemplo: mejor iluminación y ángulos de cámara, y reducción de ruido. Logitech es uno de los pocos socios de videoconferencia capaces de combinar la satisfacción del usuario con las necesidades de la empresa.

- **Cumple o supera las expectativas del usuario final** – Cada vez hay más usuarios finales que usan soluciones de videoconferencia en su trabajo cotidiano y quieren que esas soluciones sean eficaces, cómodas y familiares, en todos los entornos de trabajo, ya sean domésticos, empresariales o remotos. Logitech ha combinado sus propias tecnologías de audio y video para ofrecer una experiencia homogénea de alta calidad en todos los casos de uso.

- **Logitech ofrece experiencias, no sólo funciones** – Wainhouse cree que, en lugar de centrarse en las funciones de los productos, Logitech reinventa continuamente la colaboración de video y crea experiencias naturales y familiares para cualquier empresa o cualquier persona. Por ejemplo, no es sólo el autoencuadre, es la tecnología RightSense con la que el usuario final no tiene necesidad de preocuparse de ajustar una serie de opciones de cámara y puede centrar su atención en la reunión en curso.
- **Las funciones de instalación simplificadas fomentan el uso de los dispositivos** – Logitech se toma muy en serio los conceptos de facilidad de instalación y disponibilidad de uso inmediato de los productos para conferencias. El resultado es una instalación sin complicaciones para el personal de TI y una experiencia agradable para los usuarios finales. Las diversas opciones de montaje combinadas con una discreta gestión del cableado facilitan la colocación práctica de los dispositivos de una sala y crean entornos organizados y minimalistas.



Asistencia – La accesibilidad y sencillez de uso de los dispositivos de videoconferencia de Logitech facilitan a los administradores de TI la prestación de soporte de calidad

El trabajo híbrido implica que los equipos de TI tienen que ayudar en las salas de reuniones y oficinas con las que ya están familiarizados pero también en casas y estaciones de trabajo individuales que no conocen. Logitech diseña sus productos para que sean fáciles de adoptar por los empleados, y fáciles de preparar y mantener para los técnicos.

- **Logitech Sync proporciona administración remota fácil de usar** – Sync es una práctica herramienta con la que el personal de TI puede equipar y gestionar desde cualquier sitio salas de conferencias, dispositivos y software. Wainhouse también reconoce las capacidades de la plataforma de videoconferencia, que permite la gestión integral de los dispositivos.
- **Logitech ofrece asistencia global gratuita** – No hay muchos socios de videoconferencia que ofrezcan lo mismo. Desde nuestro punto de vista, eso significa que cuando la situación requiere que el equipo de TI remoto, o incluso el propio usuario final del dispositivo, intente resolver un problema de un dispositivo, Logitech les proporcionará asistencia sea cual sea el momento y la ubicación del dispositivo.



Aprovisionamiento – Logitech ofrece sus productos en más de 100 países y a través de más de 3.000 distribuidores

Seguramente los compradores de TI descubrirán que los productos Logitech son más fáciles de conseguir que los de otros socios de videoconferencia. Durante las pruebas de aprovisionamiento, Wainhouse encontró opciones de compra de soluciones de videoconferencia de Logitech en todos los países y regiones comprobados.

- **Los productos de Logitech están disponibles prácticamente en cualquier sitio** – Se distribuyen en más de 100 países, a través de asociaciones estratégicas con los principales fabricantes de PC.
- **La accesibilidad de los productos a través de múltiples canales ofrece opciones adecuadas para la estrategia de aprovisionamiento** – Los productos están disponibles en numerosos canales, como tiendas, DMR y VAR.

Resumen y pasos siguientes

Recuerda que este esquema de las principales partes interesadas tiene el propósito de actuar como filtro inicial para la tecnología de videoconferencia. Con Logitech como ejemplo, Wainhouse recomienda este enfoque como método eficiente para encontrar socios de videoconferencia que te ayuden a alcanzar los objetivos empresariales más ambiciosos.

Dada la relevancia de esta información, es importante que hagas lo siguiente:

- Relacionar estas cuatro partes interesadas desde el principio de este proceso
- Agregar otras cuestiones que explorar según lo requiera la situación particular de la empresa
- Incluir socios de videoconferencia que te ayuden a alcanzar los objetivos de negocio en el siguiente nivel del proceso de examen de proveedores

Si te interesan las soluciones de videoconferencia de Logitech, puedes comenzar por visitar www.logitech.com/vc para informarte sobre recursos y asistencia.

¹ Wainhouse Research, octubre de 2019

² "Living, working and COVID-19: First findings – April 2020" Fundación Europea para la Mejora de las Condiciones de Vida y de Trabajo, publicado el 6 de mayo de 2020. <https://www.eurofound.europa.eu/publications/report/2020/living-working-and-covid-19-first-findings-april-2020>

³ "Remote Work Increasing Exponentially Due to COVID-19" Netskope, publicado el 16 de marzo de 2020. <https://www.netskope.com/blog/remote-work-increasing-exponentially-due-to-covid-19>



ACERCA DE LOGITECH

Logitech diseña productos de uso cotidiano que conectan a las personas con las experiencias digitales relevantes para ellas. Hace más de 35 años, Logitech empezó a conectar a las personas a través de sus computadoras. Hoy en día es una empresa multimarca que diseña productos que conectan a través de música, juego, video y computación. Entre las marcas de Logitech están **Logitech**, **Logitech G**, **ASTRO Gaming**, **Streamlabs**, **Ultimate Ears**, **Jaybird** y **Blue Microphones**. Fundada en 1981, con sede principal en Lausana (Suiza), Logitech International es una empresa pública suiza que opera bajo el símbolo LOGN en la Bolsa suiza SIX, y en Nasdaq Global Select Market bajo el símbolo LOGI. Infórmate sobre Logitech en logitech.com, el [blog de la empresa](#) o [@Logitech](#).

ACERCA DE WAINHOUSE RESEARCH

Wainhouse realiza estudios y análisis exhaustivos que aportan claridad a tu perspectiva sobre el mercado, la tecnología y los servicios de colaboración y comunicación en el lugar de trabajo. Los analistas de Wainhouse son expertos del sector empresarial en materia de voz, video, colaboración de equipos, y aplicaciones, servicios y dispositivos de streaming. Nuestra experiencia está avalada por algunos de los más completos conjuntos de datos y modelos del mundo. Combinamos nuestra experiencia en el tema con los datos del mercado para proporcionar detallados pronósticos, perspectivas empresariales y evaluaciones de productos objetivas relevantes para el estado actual del sector y el desarrollo previsto. El contenido y los detalles adicionales están disponibles en <https://insight.wainhouse.com/> y www.wainhouse.com/intro

ACERCA DEL INVESTIGADOR

Craig Durr, analista sénior de Wainhouse Research, centra su labor en tecnologías y soluciones de colaboración en salas de reuniones. Realiza estudios sobre el tamaño y las previsiones del mercado, evaluaciones de productos y servicios, tendencias del mercado y expectativas del usuario final y del comprador. Craig tiene diecinueve años de experiencia en roles de responsabilidad relacionados con el desarrollo de productos, la planificación estratégica, la gestión de pérdidas y ganancias, la definición de propuestas de valor y el desarrollo comercial de ofertas de seguridad, SaaS y comunicación unificada. Ha trabajado también para Poly, Dell, Microsoft e IBM. Puedes ponerte en contacto con Craig en la dirección cdurr@wainhouse.com.