



facebook



twitter



newsbook.es

» La revista del distribuidor informático

# Newsbook Tai editorial

Año XXV N° 265 Noviembre 2019

0,01 Euros

Los **servicios**,  
fuente de **valor**  
para el  
**mayorista**



Otorgan nuevas ventajas competitivas tanto al mayorista como al distribuidor

# Los servicios, fuente de valor para el mayorista



Los servicios transforman al canal mayorista y generan nuevo negocio a los distribuidores. Esta es una de las opiniones compartidas por los principales mayoristas del sector. Hace unos años el mayorista basaba su trabajo en suministrar productos, pero la evolución económica y la tecnológica le han empujado a completar su oferta y los servicios son la mejor vía para proporcionar valor y generar nuevas oportunidades de negocio a sus *partners*. Arrow, Esprinet, Ingram Micro, Ireo y Vinzeo analizan el papel que juegan los servicios en su actividad y en la relación con sus distribuidores.

✦ Marilés de Pedro

✦ Rosa Martín

**L**os servicios están marcando la diferencia en el canal mayorista. Alberto Pascual, director ejecutivo de Ingram Micro, destaca que el mayorista ha pasado “de ser un proveedor de servicios logísticos y financieros; o un único punto de compra, a convertirse en un centro de recursos para el canal”. Esta transformación ha ido definiendo el papel que cada mayorista quiere desempeñar en el mercado y ha incidido en sus estrategias. Para Arrow es una manera de definir su identidad. “El valor se materializa a través de los servicios que ofrecemos al canal que representan nuestra identidad”, señala Iñaki López, director general de Arrow en España y Portugal.

Para Esprinet también son estratégicos y su propuesta abarca todo “tipo de servicios, en todos los mercados, y a todo tipo de clientes”, según detalla José María García, director general de Esprinet Ibérica.

Ireo es otro de los mayoristas que considera que los servicios son necesarios para acompañar a sus socios en sus proyectos y aportarles especialización y buenas prácticas con el fin de que puedan responder a la demanda de sus clientes. “La especialización y el *expertise* los ponemos en la mesa del *partner*”, resalta Gabriel Pereira, director de servicios profesionales



**Alberto Pascual**  
director ejecutivo de Ingram Micro

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



**“Los servicios suponen la diferenciación del mayorista”**

## “Los servicios suponen la diferenciación del mayorista”

de Ireo “Cuando ofrecemos este *expertise* a nuestros *partners* ha habido detrás una generación de análisis, de pruebas, de despliegues, para saber que todo nuestro modelo de servicios, al final, va a ser un éxito”, añade.

Vinzeo también lleva un tiempo apostando por los servicios, sobre todo para los *resellers* más pequeños como una vía de contribuir a su transformación. “El canal

tradicional de toda la vida tiene que pasar de un puro modelo transaccional a uno de prestación de servicio”, argumenta Rafael Pestaña, director del área de valor de V-Valley Vinzeo. Al mismo tiempo, como señala este directivo, está llevando a cabo su propia transformación para “aportar ese valor al canal”.

### Cartera de servicios

Cada mayorista ha ido diseñando una cartera de servicios para responder a la demanda de sus *partners* que piden agilidad y facilidad a la hora de gestionarlos. Ingram Micro ha ido configurando su catálogo en función de las necesidades y de la aparición de nuevas tecnologías, en el que destacan los servicios relacionados con la virtualización, la integridad de los datos, la ciberseguridad y el *cloud*. Un ejemplo del esfuerzo que está realizando en este sentido son los centros de excelencia en ciberseguridad que ha abierto en Dubai y en Holanda. “No se pretende que el *partner* revenda un servicio sino ayudarle a vender soluciones de ciberseguridad”, explica Pascual.

“Hemos dedicado muchísimo esfuerzo y hemos invertido muchísimo tiempo en las formaciones”

Esprinet ha ido diversificando su *portfolio* de servicios que comprenden desde los logísticos y financieros hasta los relacionados con el almacenamiento, el *cloud*, las bases de datos y la seguridad. Ahora, como anuncia Gar-

cía, quiere dar un paso más y mejorar la experiencia del cliente. “Estamos en un proceso de “escucha activa” del cliente para mejorar la experiencia. Tenemos que llegar a conseguir que vean que lo que Esprinet les da, está, incluso, por encima de lo que están buscando. Vamos a ser el mayorista pionero en llevar a la práctica este foco en la experiencia del cliente en el sector mayorista”. Este proyecto que denomina “*Together is better*” es clave en su estrategia en este momento y confía en que suponga una revolución para sus clientes.

Arrow está apostando por los servicios relacionados con la nube a través de ArrowSphere, la formación, el soporte para complementar los que ofrecen los fabricantes y los servicios de financiación con la iniciativa Arrow Capital Solutions. La demanda de servicios financieros ha crecido en los últimos años y, como asegura López, en su oferta figuran “desde las soluciones más tradicionales de *renting*, *leasing* o préstamos, hasta coberturas para modelos de pago por uso”.

Vinzeo está impulsando los servicios a través de V-Valley, en el que une su propuesta de valor con la fortaleza del grupo Esprinet, para proporcionar servicios de todo tipo que incluyen servicios *cloud* y de seguridad. Dentro de esta propuesta destacan los servicios que ofrecen alrededor de los



**Gabriel Pereira**  
responsable de servicios profesionales de Ireo

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



**“El conocimiento es básico para nuestro modelo de servicios”**



# Leading Information Technology distributor

**Five Years Out** is not 15 or 20 years from now, because that's science fiction. And it's not tomorrow, because tomorrow is practically yesterday. It is that special place in the very tangible future where what's possible meets what's practical.

**V** | **Five Years Out**

La nube

Los servicios relacionados con la nube son los más demandados. De hecho, hay más demanda que oferta de esta tipología de servicios lo que representa una buena oportunidad de negocio para la red de distribución. Arrow da repuesta a esta demanda a través de su plataforma ArrowSphere que está diseñada para la gestión de las soluciones en la nube.

Ingram Micro ha invertido en plataformas cloud, que son costosas, para que su canal tenga todas

las facilidades a la hora de dar el salto a este modelo. Pascual explica que tanto los distribuidores como los integradores tienen que adaptarse a este nuevo modelo de consumo que presenta varias dificultades para ellos como la capacidad de integrar la oferta en una única plataforma o facturar de manera recurrente. Su plataforma les permite personalizar la oferta que presentan a sus clientes finales e incluso crear una propia en el caso de que la necesiten.

Vinzeo V-Valley es otro de los mayoristas que está apostando de manera decidida por los servicios en la nube. Su objetivo es que los distribuidores medianos y pequeños puedan aprovechar esta oportunidad. Ha diseñado una propuesta con sus dos marcas de referencia: HPE y Microsoft. Uno de los atractivos de su catálogo son los planes que está llevando a cabo con Microsoft para Azure que están funcionando muy bien, según confirma Pestaña.

“El valor se materializa a través de los servicios que ofrecemos al canal ”

productos de HPE. Cuenta con un centro de datos en sus instalaciones equipado con toda la tecnología de este fabricante que pone a disposición de su red de distribuidores para que le utilicen en el desarrollo de sus propios proyectos. “Le ofrecemos al canal la posibilidad de hacer demos y pruebas de concepto de sus clientes para que observen cómo es la tecnología, etc.”, detalla Pestaña.

En la oferta de servicios de Ireo se encuentran desde los que denomina “*jumpstart*”, preconfigurados por su equipo de consultoría, hasta bolsas de horas para la resolución de dudas y formación. Pereira comenta que su enfoque es apoyar al integrador en todo lo que necesita. “Muchas veces el *partner* nos pide ayuda para especificar qué es lo que necesita exactamente el cliente y conociendo nuestro *expertise* podemos indicarle si lo que necesita es un *jumpstart* o bolsas de horas o consultoría”.

**Formación**

Todos los mayoristas coinciden en señalar la importancia de la formación como la base para que los distribuidores e integradores puedan configurar una oferta de servicios propia. Pereira cree que mejorar en formación es uno de los retos que tienen los distribuidores. Por este motivo, Ireo está invirtiendo tiempo y recursos para ayudarles en su proceso de capacitación. “Hemos dedicado muchísimo esfuerzo y hemos invertido muchísimo tiempo en las formaciones”, resalta.

La gestión del talento es una de las prioridades para Arrow. Este mayorista cuenta con programas en colaboración con escuelas de negocio y universidades para desarrollar el talento a nivel local e internacional. Hace unos meses lanzó a nivel europeo el Arrow Graduate Programm y dentro de la



**Iñaki López**  
director general de Arrow

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



“El valor de un mayorista se materializa a través de los servicios”

compañía también están fomentando el desarrollo profesional. “Es esencial cuidar y formar el talento en las empresas”, recalca el responsable de Arrow. De cara a su red de clientes, está impulsando la formación en soluciones *cloud* y en los hiperescalares. “Se está ayudando mucho al *partner* a hacer la transición a estos entornos”, confirma López.

Ingram Micro está trabajando en una línea similar. Colabora con varias escuelas de negocios para proporcionar al canal formación, no solo tecnológica, para ayudarles a transformar sus negocios. En el balance de estas acciones figura la formación a más de 60 personas en dos años con perfiles diferentes, aunque con el objetivo común de ayudarles a cambiar su cultura empresarial y promover un cambio en el modelo de negocio. “Hemos tratado de complementar el *core* tecnológico de sus compañías. En la transformación digital, la tecnología

# TU SOLUCIÓN COMPLETA DE FINANCIACIÓN CON



Disponemos de diversas alternativas de financiación en función del proyecto: **renting financiero, renting tecnológico, leasing, préstamo, pago por uso.**

Nuestro equipo de financiación trabaja para ofrecer a nuestros clientes las propuestas más competitivas, **con la financiera que más se ajuste al producto a financiar y con la mayor agilidad.**

Este servicio es un valor añadido que ofrecemos a nuestros clientes para que no inviertan su tiempo en encontrar financiación propia o para sus ventas.



ENCUÉNTRANOS EN EL ÁREA DE SERVICIOS Y CALCULA TU PRESUPUESTO

Para más información contacta con nosotros: 976 971 365 · [serviciosfinancieros@esprinet.com](mailto:serviciosfinancieros@esprinet.com)





**José María García**  
director general de Esprinet Ibérica

Acceda al vídeo desde  
el siguiente código QR



**“Debemos lograr la mejor experiencia posible de nuestros clientes”**

“Debemos lograr la mejor experiencia posible de nuestros clientes”

es un complemento y un soporte; pero el verdadero significado es la transformación de los modelos de negocio y de modelos financieros. Esto es el centro fundamental de estos programas formativos”, subraya Pascual.

Esprinet también considera que es fundamental e, incluso, apunta José María García, que si no se tiene formación internamente,

no se puede optar a contratos con determinadas marcas en el ámbito del valor. “Tienes que contar con gente formada y certificada”, argumenta. Este modelo de formación continua lo replica en su canal a través de cursos *online* o presenciales. El beneficio es claro. “Si el canal está formado, el negocio va a llegar”, reitera.

Vinzeo tiene la misma visión sobre la importancia que tiene la formación. Por este motivo, entre sus objetivos figura formar

al canal tanto en tecnología como en su manera de desarrollar el negocio.

### Rentabilidad

Los servicios que prestan los mayoristas a su red de socios no siempre tienen una rentabilidad cuantitativa, pero sí que son una inversión que en

términos cualitativos consolidan la propuesta de cada uno. López explica el valor que se mide por “el desarrollo de las marcas que llevamos a través de servicios —formación, preventa, soporte en el ciclo de venta— para acercarla al canal. Y este es el valor que te diferencia de la competencia. Aunque, de manera tangible, sea muy difícil de cuantificar”.

José María García defiende el peso que han adquirido en los últimos años los servicios dentro del negocio de los mayoristas. “Al no ser tangibles es cierto que en una primera etapa algunos se daban gratis porque no se les daba valor, pero a día de hoy sí que se les concede”, señala. La crisis obligó a recortar plantillas y a desprenderse de especialistas en muchas empresas del canal, lo que obligó a los mayoristas a realizar esa tarea de prestación de servicios que ha ido creciendo con el paso de tiempo. “A día de hoy el papel del mayorista en este área es cada vez mayor y en muchas compañías es un área que cada vez pesa más en su negocio. E incluso en distribuidores *corporate*, si no contaran con esta parte, que en muchos casos supone entre el 35 y el 55 % de su facturación, no podrían mantener la estructura ni el negocio. El servicio, en los últimos años, nos ha ayudado a mantener las compañías”, reitera el director general de Esprinet Ibérica.

## Financiación

Ante la falta de liquidez de los distribuidores, los mayoristas han tratado de solucionar este problema preparando diversas fórmulas de financiación. Frente a las opciones tradicionales que ofrecen los bancos, han puesto en marcha diferentes iniciativas para proporcionar soluciones de financiación que se ajusten a las necesidades específicas del canal. Arrow creó hace 4 años Capital Solutions, aunque desde el comienzo de su trayectoria ofrecía financiación. “A través de Arrow Capital Solutions se consigue brindar la mejor solución para cada *partner*. Ese es nuestro objetivo. No son soluciones que se replican. Adaptamos a cada *partner* la solución que mejor se ajuste a sus necesidades. Damos mucha más flexi-

bilidad que los bancos”, detalla López.

Ingram Micro también está atendiendo esta necesidad de su red de socios, aunque los cambios del consumo de la tecnología están exigiendo también diferentes modalidades a la hora de elegir una opción financiera. “En los proyectos, además de la consultoría tecnológica, ha cobrado una importancia capital cómo el *partner* lo convierte en un modelo de pago por uso o cómo se gestionan las necesidades cambiantes en el uso de la tecnología que tienen los modelos de negocio. Dentro del área de valor de Ingram hemos creado un equipo de soluciones financieras que abarcan la consultoría, el diseño de soluciones y la relación con las diferentes instituciones finan-

cieras y de operaciones”, indica Pascual.

Esprinet ha logrado convertir sus soluciones de financiación en una vía para fidelizar a su canal y evitar que sus distribuidores se endeudaran con los bancos. En la actualidad cualquier distribuidor que entre en su web tiene la opción de pagar su pedido a través de Esprifinance; pero hace una década ya otorgaba microcréditos con distintas fórmulas de pago a una base de 6.000 distribuidores que no tenían riesgo. “A día de hoy, de esos 6.000 distribuidores una gran parte sigue siendo afín a Esprinet. Lo que es esencial, viendo los vaivenes del mercado, para que este tipo de cliente mantenga una facturación estable”, apunta García.



**IREO**



**MSP**

## **SOLUCIONES PARA PROVEEDORES DE SERVICIOS**

Ahora más que nunca, el proveedor de servicios (MSP) es clave en el complejo entorno tecnológico actual, puesto que muchas empresas, independientemente de su tamaño, optan por dejar en manos de expertos la gestión y optimización de sus entornos de TI.

Las soluciones de IREO ayudan al Partner a diferenciar su oferta, fidelizar a sus clientes, reducir costes y optimizar la venta de servicios.



**PROGRAMA  
PAGO POR USO**



**SOLUCIONES  
LÍDERES DEL  
MERCADO**



**DIFERENCIACIÓN  
Y VALOR AÑADIDO**



**Rafael Pestaña**

director del área de valor de V-Valley Vinzeo

Acceda al vídeo desde el siguiente código QR



**“Los mayoristas también estamos en pleno proceso de transformación”**

“El canal tradicional tiene que pasar de un puro modelo transaccional a uno de prestación de servicio”

Gabriel Pereira comparte parcialmente esta opinión porque sus *partners*, al formarse y aprovechar las ventajas, pueden ser más competitivos. “Se va a traducir en venta de producto y de licencias. Al final es un retorno indirecto, pero es un retorno real”.

**Relación triangular**

Un aspecto que marca el tipo de servicios que ofer-

tan es la relación con los fabricantes que forman parte de su *portfolio* y con los que colaboran para llevar esta propuesta al canal. Y a su vez la relación con su propios *partners* en los momentos que van de la mano en el cliente final. “Somos un punto de conexión entre el *partner* y el fabricante. Estamos en medio y hacemos toda la gestión y colaboramos para que al final el despliegue del servicio sea un éxito”, confirma Pereira.

La flexibilidad es lo que marca la relación de Ingram Micro con los fabricantes con los que trabaja. “Somos flexibles para adaptarnos a las exigencias de cada uno de ellos. Hay algunos que hacen una apuesta decidida por los servicios propios y en ese aspecto les ayudamos en la comercialización de los mismos. Otros, sin embargo, buscan una complementariedad y delegan en el mayorista la entrega de

trabajan conjuntamente en una cuenta con sus socios. “Nuestra labor es muy importante, les orientamos hacia dónde se dirigen las oportunidades en el entorno de los servicios. Nuestro ADN no está en la venta de servicios como tal; éstos son una propiedad del distribuidor”, recalca López.

**Retos**

El canal todavía tiene que superar varios retos para lograr confeccionar una oferta completa y propia de servicios. La especialización y la formación son la fórmula que ve más viable Ireo para que puedan configurar su propuesta. “Ayudamos al *partner* a que a través de nuestro *expertise* y de la absorción de conocimiento de nuestro modelo de servicios, pueda finalizar un servicio llave en mano en el cliente”, resalta Pereira.

Arrow está apostando por fomentar el talento y conectar a distintos *partners* para que puedan sellar alianzas con el fin de aportar una solución completa en proyectos concretos. Ingram Micro concibe su labor como un acelerador del mercado y este papel le proporciona una visión de las capacidades del canal. A su juicio, el distribuidor aprueba con nota en la prestación de servicios básicos de infraestructura, pero tiene que mejorar en el despliegue de nuevas tecnologías como la ciberseguridad o la analítica de datos. Sin embargo, el paso más difícil ya lo dieron, reorientando su negocio hacia las soluciones. “Lo importante fue el cambio cultural, que se produjo hace unos años. Observaron que no eran proveedores de tecnología sino de soluciones y, por tanto, de dar servicios. Esto lo tienen clarísimo”, confirma Pascual.

servicios”, explica Pascual.

Arrow remarca la complementariedad y el papel de mentor que ejerce como mayorista cuando

**Propuestas diferenciales**

Todos los mayoristas tratan de marcar la diferencia con sus competidores con propuestas originales. Esprinet puso en marcha tanto en Madrid como en Barcelona un servicio “*cash and carry*”, que nació para que los clientes pudieran recoger la mercancía que se entregaba en el día, pero con el paso del tiempo este modelo ha ido creciendo y se ha mejorado para que las entregas se realicen en horas o incluso de manera especial para casos de urgencia.

Ingram Micro ha creado los centros de excelencia en seguridad en el que se identifican vulnerabilidades y se trabaja con especialistas y consultores para construir soluciones en un entorno tan cambiante como el de la seguridad. En la batería de servicios que proporciona Arrow también destacan los que presta para apoyar a los fabricantes que no ofrecen servicios directamente como los de soporte o los relacionados con el laboratorio.

En Ireo destacan las bolsas de horas, que pueden ser de 5 ó 10 horas, que consisten en servicios postventa para resolver las dudas que pueden tener los *partners* a la hora de atender las necesidades de sus clientes. Uno de los servicios diferenciales de Vinzeo son los que realiza sobre la tecnología de HPE. Cuenta con un departamento integrado por 22 personas, que cubre el área técnica, la preventa y la postventa.

# Servicios para un mundo como servicio

*Esta semana, mis colegas en Ingram Micro Emiratos Árabes Unidos (EAU) presentaban, junto con nuestro CEO, un espacio de experiencias en inteligencia artificial y ciberseguridad.*



**Alberto Pascual,**  
*Executive Director Ingram Micro*

Contaban en la inauguración con la presencia del Ministro de Inteligencia Artificial, Omar Al Olama. Me sorprendió la existencia de este Ministerio que sonaba, a priori, al célebre Ministerio del Tiempo de nuestra conocida serie de ficción televisiva.

Me explicaron que este Ministerio de Inteligencia Artificial supone la primera iniciativa mundial que aborda desde un punto estratégico los retos que plantea la actual cuarta revolución industrial en los diferentes ámbitos socioeconómicos. Sin duda, una buena manera de ejercer como estadistas, con las luces largas, afrontando y liderando la transformación que nos espera. Sin la miopía de legislatura, con visión a cuatro años máximo, a la que se nos ha acostumbrado.

Fascinado por este enfoque descubrí que también países como Suecia gozan de un Ministerio para el Desarrollo Estratégico y la Cooperación Nórdica, encargado del diseño de las políticas necesarias para

anticiparse a las tensiones sociales, económicas y éticas, que nos trae la transformación exponencial impulsada por la tecnología.

Lejos de sentir envidia por estos ejemplos (quizás un poquito, sí), reflexioné sobre la gran capacidad que tenemos los latinos para sacar adelante las situaciones sin necesidad de un gobierno que nos empuje.

Cubrir esa necesidad e impulsar también en España los servicios que faciliten el cambio del canal IT se ha convertido en una obsesión para nuestra organización.

Se habla de un mundo híbrido, en el que las infraestructuras tradicionales comparten protagonismo con la nube. Pero, para el usuario, que es el que marca la estrategia, eso resulta irrelevante. Lo realmente importante para él es su apuesta por el "todo como servicio".

Nuestros jóvenes no piensan ya en un coche último

modelo de prestigiosa marca, preferiblemente alemana. Solicitan un servicio de transporte. No compran soportes de música.

Demandan el servicio de escuchar aquello que en cada momento su ánimo les solicita. Todo como servicio, en suscripción o en pago por uso.

Detrás, una poderosa plataforma IT. Ingram Micro, fiel a su lema de hacer realidad la promesa de la tecnología, identifica las soluciones más punteras y pone al servicio del canal los profesionales, la formación y las herramientas más adecuadas para ayudarles. IA, IoT, realidad virtual, realidad aumentada, virtualización, ciberseguridad, SD-WAN, etc.

En los ámbitos más tradicionales, como los servidores y el almacenamiento, el canal ya es autosuficiente en los servicios de instalación y puesta en marcha. Hasta aquí, nada disruptivo.

Sin embargo, entender los nuevos modelos de negocio, los modelos financieros que los soportan y cómo gestionar los cambios organizativos que supone su adopción, son nuevos retos a los que debe enfrentarse el canal IT.

Y sí es disruptivo que un mayorista como Ingram Micro proporcione tanto la capacitación, como los perfiles de apoyo que necesitan para abordar desde una nueva perspectiva, que tenga en cuenta todo lo anterior, los proyectos tecnológicos.

Metodologías Agile, SCRUM, mecanismos de conversión XaaS o consultoría en nuevos modelos financieros, son sólo algunas de las novedades que nuestro continuamente renovado Programa de Aceleración Digital ofrece.

Un Programa que, desde la iniciativa privada, ayuda a dar respuestas a este mundo incierto, volátil, complejo y ambiguo. Un mundo que es todo lo anterior pero, ante todo, un mundo como servicio.

**Alberto Pascual,**  
*Executive Director Ingram Micro*

# Los servicios en el mayorista deben complementar a los servicios del canal de distribución



**Vicente Sendarrubias,**  
director de tecnología y proyectos  
en V-Valley Vinzeo

*Desde V-Valley Vinzeo valoramos la necesidad de que nuestros servicios como mayorista complementen a los servicios de canal y, por ello, apostamos por una cartera de servicios basada en unos pilares fundamentales:*

- **Servicios Preventa** centrado en la recopilación de datos y necesidades, la configuración de las soluciones, así como un dimensionamiento de las mismas, es decir, toma de requisitos del cliente, ajuste de necesidades a un presupuesto y configuración de la solución.

A su vez, en V-Valley Vinzeo contamos con un *solution demo center* que nos permite mostrar demos en remoto o en cliente, empleando las últimas tecnologías de HPE. Por último, dentro de los servicios de preventa ofrecemos seminarios y apoyo a certificaciones además de planificación, diseño y medición de redes *wifi (troubleshooting)*.

- **Servicios de instalación.** Tanto de instalación y *startup* de sistemas (servidores, almacenamiento y redes) como para despliegue y migración de entornos virtuales, soluciones de VDI, soluciones de *backup* y BRS, instalación de aplicativos e instalación de CPD (cableado, UPS, etc).

- **Servicios a medida** enfocados en la integración de cualquier hardware, cableado y *enrackado*, la coordinación del proyecto con el cliente y los proveedores para instalación de aplicativos, envíos internacionales o *startup* de la solución en la ubicación final.

*“Contamos con un *solution demo center* que nos permite mostrar demos en remoto o en cliente, empleando las últimas tecnologías de HPE”*



- **Servicios cloud** entre los cuales encontramos virtual CPD, *backup online*, HPE Nimble Backup, Microsoft Azure y CSP Microsoft Licensing además de soluciones *cloud* a medida para adaptarse a las necesidades de cada cliente.

**Vicente Sendarrubias,**  
director de tecnología y proyectos en  
V-Valley Vinzeo