

Especial



Movilidad y transformación del puesto de trabajo

El canal *retail* acapara un alto porcentaje de las ventas de los dispositivos para la movilidad

La movilidad sigue siendo un negocio rentable



Evolución del mercado de portátiles



El mercado de ordenadores portátiles en el último año ha tenido un signo positivo en casi todos los trimestres. El análisis revela que ha crecido en unidades un 6,4 %, mientras que en facturación el incremento fue dos décimas mayor, un 6,6 %. En términos de unidades los mejores trimestres del año 2019 fueron el segundo y el cuarto cuando el crecimiento superó el 8 %. Sin embargo, los ingresos mayores se registraron en el segundo trimestre del 2019 con un incremento del 14,8 %

El primer trimestre de 2020 fue muy positivo para esta categoría. En unidades el crecimiento ascendió al 17,4 %, mientras que en facturación el incremento alcanzó el 12,8 %.

El trío formado por los portátiles, las tabletas y los *smartphones* sigue triunfando en el mercado español como los dispositivos que hacen posible que se pueda trabajar o disfrutar del ocio en cualquier momento y lugar. Los datos registrados por Context correspondientes al último año y al primer trimestre de 2020 muestran que los portátiles constituyen la categoría que goza de mejor salud y la que ha permitido que la facturación de todos los tipos de distribuidores siga creciendo.



www.contextworld.com

Rosa Martín

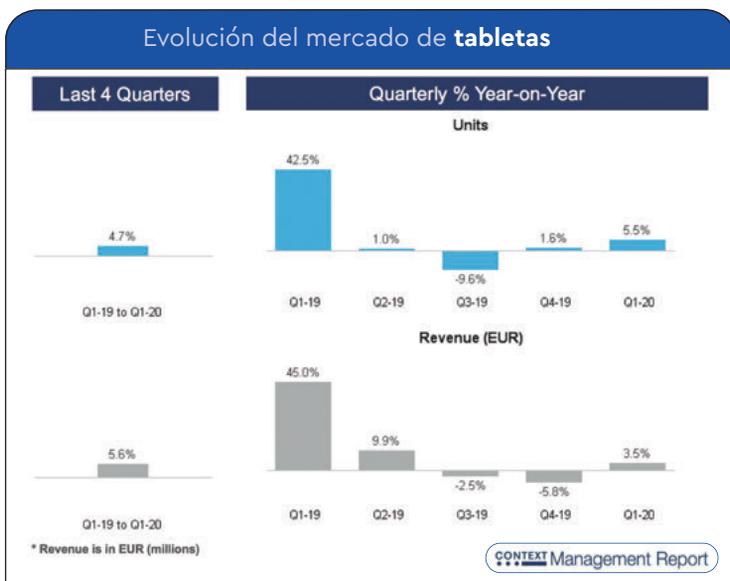
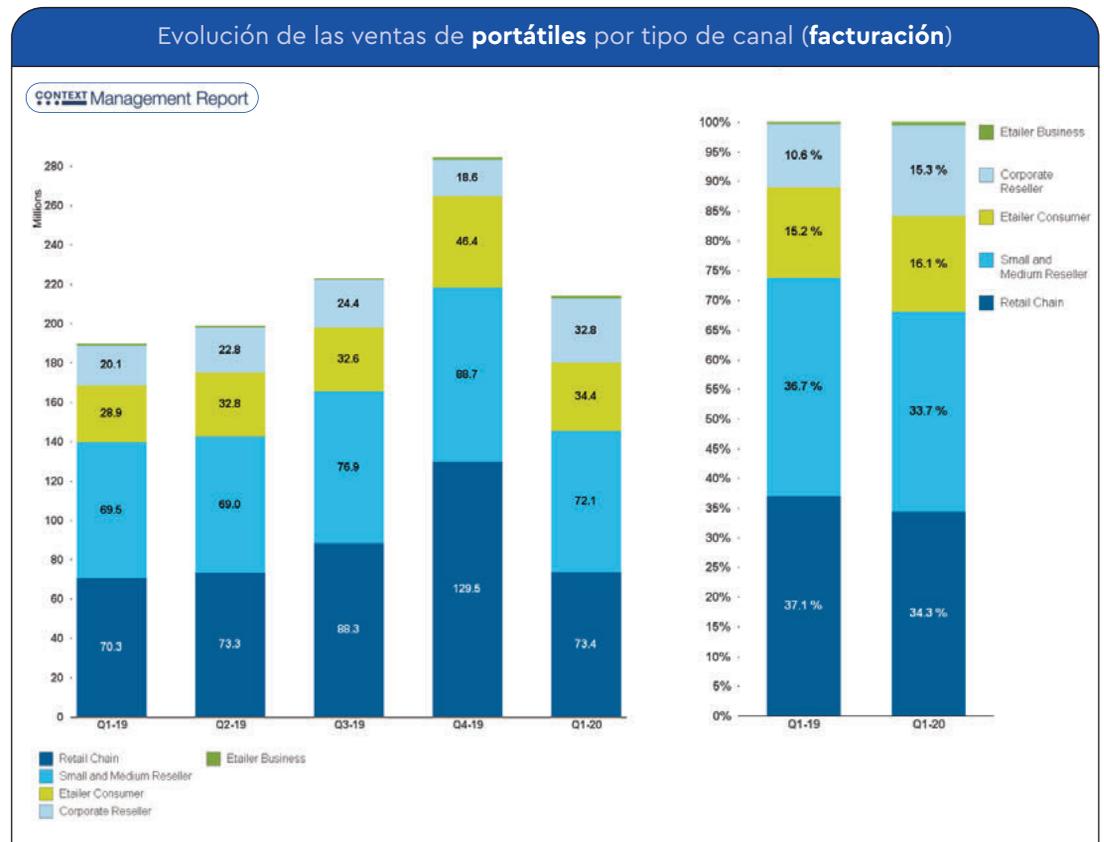
Especial Movilidad y transformación del puesto de trabajo

Los datos de la consultora revelan que las ventas de portátiles se producen por dos canales principalmente: el de *retail* y el de los pequeños y medianos distribuidores.

El canal *retail* logró sus mayores ventas durante el cuarto trimestre de 2019, periodo en el que su facturación ascendió a 129,5 millones de euros. Y en el primer trimestre de 2020 ha logrado unas ventas de 73,4 millones de euros. La comparativa del primer trimestre de 2020 frente al mismo periodo de 2019 se salda con un crecimiento del 4,8 % de la facturación.

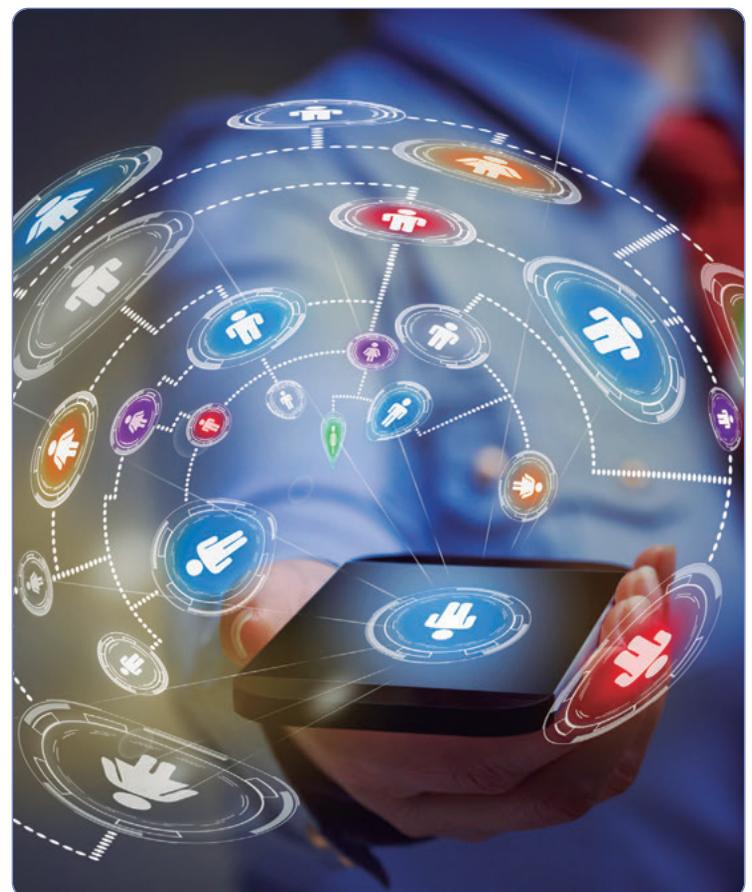
Las ventas por el canal de pequeños y medianos distribuidores han crecido un 3,6 % en el primer trimestre de 2020, en relación al primer trimestre de 2019. Este segmento del canal facturó 72,1 millones de euros en los primeros tres meses de este año, frente a los 69,5 millones del primer trimestre de 2019.

Las ventas del primer trimestre de 2020 también han supuesto un incremento del canal de las figuras que se dirigen al mercado profesional. Este canal ha incrementado su facturación un 63,4 % durante el primer trimestre del año, frente al mismo periodo del 2019. Al mismo tiempo, el crecimiento interactivo de los *etailers* que se dirigen al segmento corporativo también ha superado el 55 %.



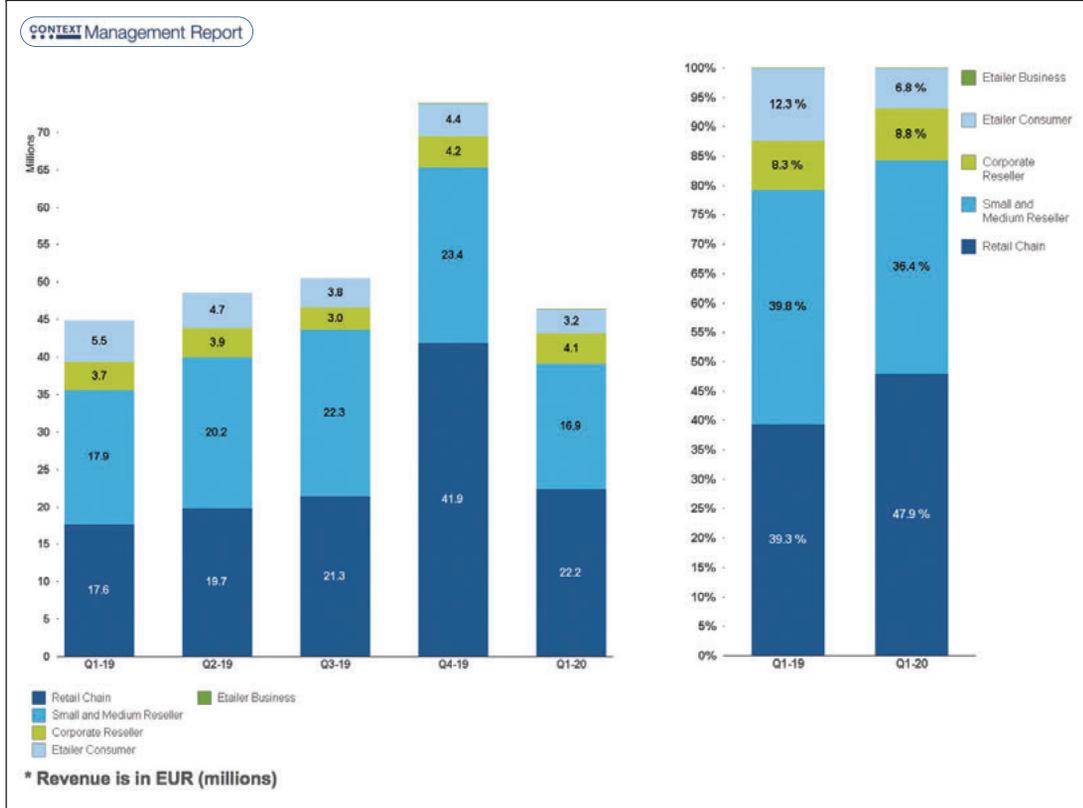
El mercado de las tabletas durante el año 2019 tuvo un comportamiento más irregular, aunque cerró en positivo. El crecimiento en unidades se cifró en un 4,7 %, mientras que en valor el incremento fue del 5,6 %.

El mejor trimestre de 2019 fue el primero en el que se registró un incremento del 42,5 % en unidades, mientras que en ingresos el crecimiento fue superior y alcanzó el 45 %. Estos datos contrastan con el primer trimestre de 2020 en el que las tabletas apenas crecieron. En unidades el incremento fue del 5,5 % y en facturación se situó en el 3,5 %.



Especial Movilidad y transformación del puesto de trabajo

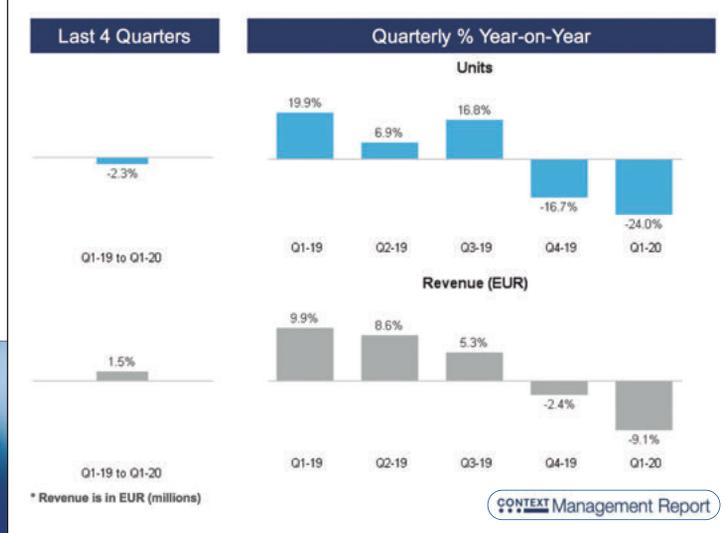
Evolución de las ventas de **tabletas** por tipo de canal (facturación)



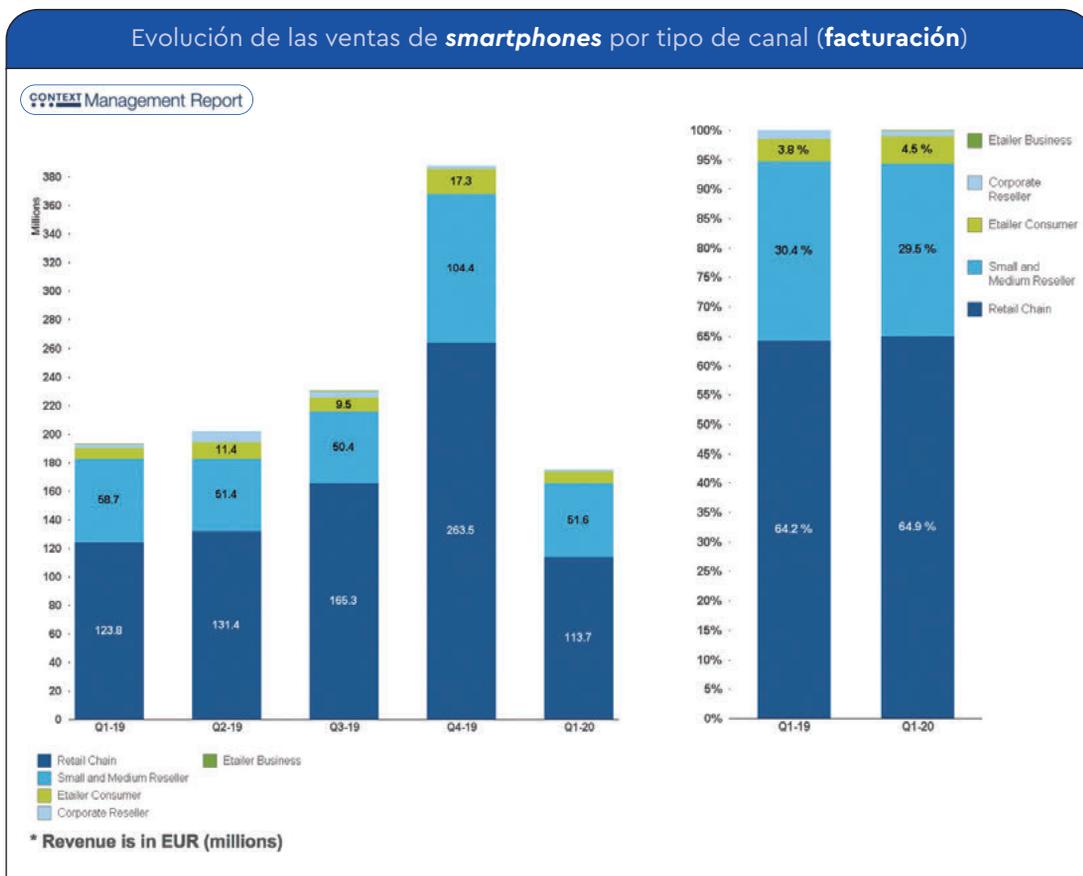
El canal *retail* y el canal formado por los pequeños y medianos distribuidores son los actores de la cadena de distribución que acaparan los mayores porcentajes de ventas. En el primer trimestre de 2019 el canal *retail* acapara el 39,3 % del mercado, porcentaje que se incrementó hasta el 47,9 % en los primeros tres meses de este año, lo que supone que sus ingresos crecieron un 26 % en la comparativa interanual. El canal de los pequeños y medianos distribuidores ha visto como su facturación ha descendido en el primer trimestre del año un 5,5 %, aunque ha acaparado el 36,4 % del mercado. En el mismo trimestre de 2019 su cuota alcanzó el 39,8 %. En el resto de trimestres del año 2019 mantuvo unas ventas estables, destacando su facturación en el tercer y cuarto trimestre. En el tercer trimestre logró una facturación de 22,3 millones de euros y en el cuarto trimestre de 23,4 millones.

Las ventas de teléfonos inteligentes en el canal durante el año pasado presentaron tres trimestres positivos con crecimiento tanto en unidades como en facturación. Estos trimestres corresponden a los tres primeros, en los que crecieron las ventas tanto en unidades como en facturación. El mejor trimestre fue el primero, en el que crecieron las ventas en unidades un 19,9 % y la facturación se incrementó un 9,9 %. Sin embargo, el cuarto trimestre de 2019 las ventas cayeron tanto en unidades como en facturación. Esta tendencia de signo negativo ha continuado durante el primer trimestre de 2020 y el mercado ha perdido un 9,1 % en comparación con el mismo periodo del año pasado.

Evolución del mercado de **smartphones**



Especial Movilidad y transformación del puesto de trabajo



El canal que más *smartphones* ha vendido durante 2019 ha sido el de *retail*. Acaparó el 64,2 % del mercado en el primer trimestre de 2019 y en el primer trimestre de 2020 este porcentaje fue ligeramente superior, 64,9 %. Sin embargo, su facturación descendió un 8,1 %.

El canal formado por pequeños y medianos *resellers* es el siguiente en importancia, aunque este canal en la comparativa del primer trimestre de 2020 con el mismo periodo de 2019 también ha visto el descenso de su facturación un 12,1 %.

En el primer trimestre de 2020 solo el canal formado por *etailers*, tanto de consumo como el que se dirige al mercado profesional, ha logrado crecer. Los ingresos del de consumo han crecido un 7,4 % mientras que el profesional ha crecido un 28,7 %.

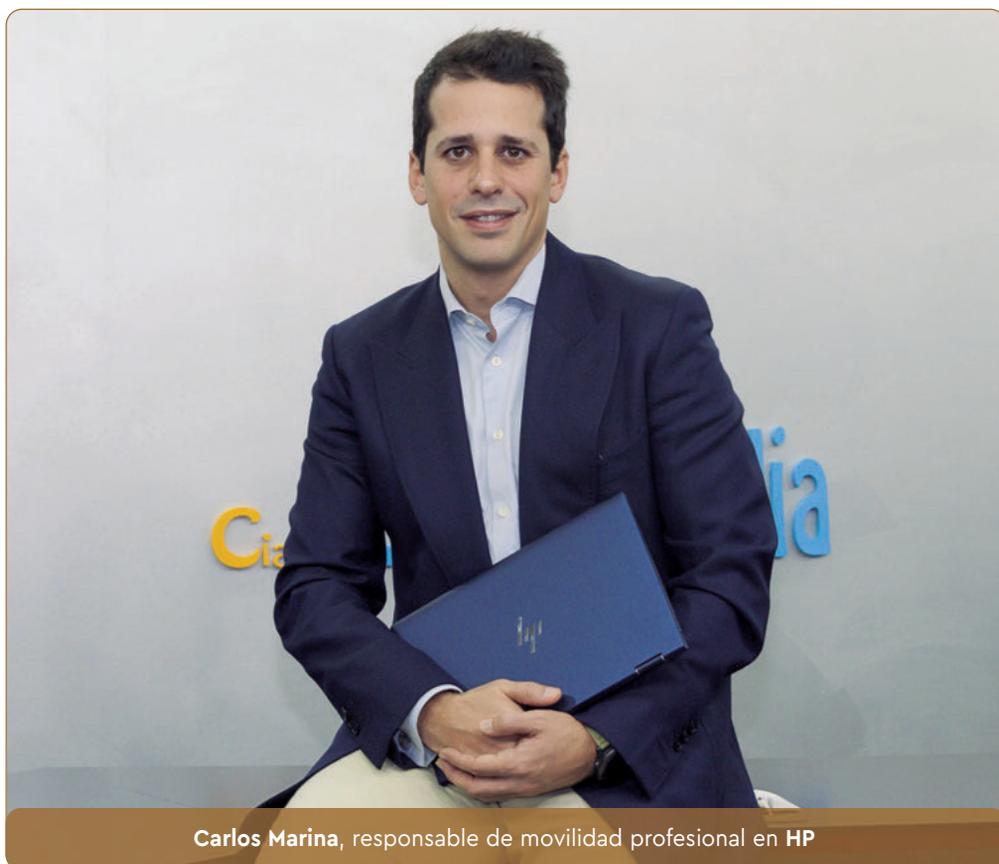
Mes de marzo

El mes de marzo del primer trimestre de 2020 puso a prueba la capacidad de reacción de mercado cuando se declaró la pandemia de la covid-19 y se decretó el estado de alarma en nuestro país. La decisión de muchas empresas de optar por el teletrabajo impulsó la venta de equipos para trabajar en el hogar. Este movimiento se ha reflejado en las ventas de los *resellers* que se dirigen a las empresas, sobre todo en la venta de portátiles. La facturación de este canal se incrementó un 220,3 % este mes por la venta de *notebooks*, el crecimiento por la venta de tabletas ascendió a un 46,6 % y por *smartphones* el aumento fue del 6,5 %. Este mes también registraron un crecimiento de su facturación los *etailers* centrados en el segmento profesional. El incremento por la venta de portátiles se cifró en el 145 %, por tabletas en el 5,1 % y por *smartphones* en el 55,6 %.



HP prevé que se mantenga una alta demanda de equipos profesionales en los próximos meses

“Se va a instaurar, a medio plazo, una nueva manera de trabajar”



Carlos Marina, responsable de movilidad profesional en HP

Las soluciones vinculadas con la movilidad y con los proyectos de transformación del puesto de trabajo han sido uno de los apartados que, por las medidas adoptadas en España y en el mundo para detener la covid-19, más han crecido en las últimas semanas. La demanda de portátiles, desorbitada, provocó que en España fabricantes y mayoristas dieran salida a todo su stock. Ahora, con un mercado más estable, los portátiles siguen siendo una de las soluciones estrellas y las empresas, solventada la urgencia, están planificando estrategias de transformación del puesto de trabajo, mucho más meditadas y que preparen definitivamente a sus empleados para desempeñar su labor desde cualquier lugar. “A medio plazo, y de una manera más sostenida, se va a instaurar una nueva manera de trabajar”, asegura Carlos Marina, responsable de movilidad profesional en HP. “Sin duda alguna, el teletrabajo ha venido para quedarse”.

Marilés de Pedro

E

l balance que hace HP de su negocio relacionado con la movilidad profesional arroja un crecimiento del 40 % en el número de unidades en el primer trimestre, aupado por el tirón desorbitado del mes de marzo. Marina reconoce que, a semejanza de lo que sucedió con todos los fabricantes, se dio salida a todo tipo de equipos. “La demanda fue enorme y la situación ha sido similar para todos los fabricantes que contaban con stock en el canal mayorista”, recuerda. “Se ha dado salida a todo, independientemente de si eran dispositivos con Windows, con Chrome o, incluso, si contaban o no con sistemas operativos profesionales”.

HP está poniendo
foco en vender
una solución 360

Una demanda que, con más mesura, parece que seguirá en los próximos meses. “Ahora cobra un carácter más selectivo”. En el caso de HP, Marina reconoce que han anticipado los planes que tenían previsto implantar en los próximos meses. “Abril y mayo han sido dos meses con una alta demanda”, reconoce. “Nuestras estimaciones es que, al menos, hasta el verano la demanda vaya a continuar a buen ritmo”. Después del periodo estival, las previsiones se complican, pero Marina observa que las empresas están preparándose para responder de una manera mucho más meditada e inteligente al trabajo en remoto. “Ante la complicada situación que vivimos a mediados de marzo, la prioridad de las empresas fue la puesta en marcha de planes de contingencia para mantener la actividad de sus empleados desde sus casas”, recuerda. “Determinados proyectos de



HP

HP ProBook 435 x360, el primer convertible *mainstream* de HP en 13"

Pensado para pymes y para el sector educativo el HP ProBook 435 x360 une potencia, seguridad y durabilidad con un diseño versátil de 360 grados. El dispositivo ultraligero está diseñado para tener una larga duración, cuenta con una plataforma de teclado de aluminio anodizado y una cubierta superior. Además de estar diseñado para pasar 19 pruebas Mil-Spec 810G, incluida la prueba de caída. Diseñado para convertir rápidamente las ideas en realidad con la opción HP ProPen y con la productividad de un equipo escritorio gracias a un solo cable USB-C™.



HP

Nueva gama HP ProBook 400 G7

Los portátiles HP ProBook 445 G7 y HP ProBook 455 G7 están especialmente diseñados para empresas en crecimiento y personas que trabajan en remoto. Son los primeros equipos profesionales que incorporan los últimos procesadores móviles AMD Ryzen™ 4000 y mejoran los niveles de seguridad para los PCs de la serie HP ProBook 400. Además, incluye La BIO auto-regenerable HP Sure Start para AMD se recupera automáticamente de los ataques de *firmware* o de la corrupción sin la intervención del usuario o del personal de TI. Asimismo, HP Sure Sense utiliza la IA que identifica y pone en cuarentena los ataques desconocidos, ayudando a prevenir intrusiones en el sistema antes de que ocurran.



HP

HP 340s, el primer equipo *"thin and light"* de 14" a un precio imbatible

El portátil HP 340s cuenta con un diseño moderno y elegante. Está equipado con potentes características para ofrecer un rendimiento al más alto nivel. Ofrece una excelente relación calidad-precio, y destaca por chasis ligero, fino y listo para dar respuesta a las exigencias del mundo empresarial. Cuenta con sistema operativo Windows 10 Pro, procesador Intel® Core™ i7-1065G7, pantalla FHD 35,56 cm (14"), memoria 8 GB DDR4-2666 SDRAM, disco duro 512 GB PCIe® NVMe™ SSD y gráficos Intel® Iris™ Plus.



HP

HP Elite Dragonfly

El HP Elite Dragonfly es el primer convertible fabricado con plásticos recuperados del océano y más ligero del mercado, además abre una nueva era en el campo de la movilidad. Creado para destacar y concebido para proporcionar el máximo rendimiento y la máxima seguridad, este equipo es en la actualidad el convertible profesional compacto más ligero del mundo. El equipo que se presenta en un elegante color azul pesa menos de un kilo y está fabricado a partir del corte con magnesio mecanizado por CNC para una mayor durabilidad. Incorpora un teclado ultrafino, silencioso y retroiluminado, y una nueva almohadilla táctil más ligera que garantiza una experiencia de trabajo de máxima suavidad.



HP

Elitebook 800 G6

EliteBook 800 G6 supone una importante actualización en términos de procesamiento, chasis, pantalla, reducción de bisel, aumento de la duración de la batería y conectividad con soporte para banda ancha 4G y Wi-Fi 6, además son los primeros portátiles de negocios tradicionales que ofrecen gigabit LTE. También cuentan con mejoras en seguridad y funcionalidades para empresas. Los nuevos EliteBook 830, 840 y 850, vienen definidos por su tamaño de pantalla de 13,3, 14 y 15,6" pulgadas respectivamente. Disponen de resoluciones nativas desde Full HD a 4K y ofrecen en opción tecnología multitáctil y paneles con un brillo de hasta 1.000 nits para favorecer su uso en exteriores. También ofrece la opción de montar gráficas AMD Radeon RX.



Para más información:

hp.es

Especial Movilidad y transformación del puesto de trabajo

transformación del puesto de trabajo se pusieron en marcha, de la noche a la mañana, para posibilitar este trabajo".

Ahora, se observa una mayor planificación. "Hay muchas empresas que están adelantando estos proyectos de transformación", asegura. Y también en el lado público. "La Administración Pública está estudiando cómo lidiar, con la urgencia de lo que necesitan a corto plazo, con un plan más sostenido a medio plazo para empezar a funcionar de manera remota o en movilidad".

Foco en movilidad segura

La respuesta de HP para cumplir con esta demanda es la movilidad profesional que tiene como punto esencial la seguridad. Marina recuerda que ésta ha sido siempre

"Hay muchas empresas que están adelantando sus proyectos de transformación del puesto de trabajo"

clave pero, ahora, cuando los empleados están más deslocalizados y trabajando desde su casa, el discurso de una movilidad segura es básica. "Estamos haciendo foco en las nuevas plataformas que incluyen una suite de seguridad realmente diferencial".

No olvida Marina referirse a la demanda que ha procedido del entorno educativo, para permitir la transformación de la educación y asegurar que los alumnos pudieran seguir su formación. Un hecho que explica, por ejemplo, que el negocio de las tabletas en el canal mayorista experimentó un crecimiento del 5,5 % en el número de unidades y un 3,5 % en la facturación en el primer trimestre.

Oportunidad para el canal

Como empresa de canal, HP ha estado muy cerca de su red de distribución. Marina explica que se mantiene una comunicación permanente con ella y que han diseñado una serie de *bundles* que permiten al canal ofrecer a sus clientes una solución 360 que incluye todos los elementos para facilitar el trabajo desde casa. "Ahora, más que nunca, es esencial contar con una solución que permita trabajar de manera ergonómica. Junto al terminal de movilidad, el usuario debe contar con un monitor, un teclado, un ratón, una adecuada solución de seguridad y servicios de soporte (HP Care Pack) a tres o cinco años".

Acceda al vídeo desde aquí



HP
Tel.: 902 027 020

El teletrabajo extiende su dominio

El despliegue del teletrabajo exhibe unas cifras desorbitadas en España: se calcula que en la actualidad más de 4 millones de personas desarrollan su actividad profesional de manera remota. Carlos Marina reflexiona, no solo acerca de si las empresas españolas estaban o no preparadas para asumir, de manera real, esta exigencia, sino de si las personas estaban o no listas. "Nuestra manera de trabajar se ha vis-

to muy afectada y nos hemos tenido que adaptar y lidiar con determinadas frustraciones". Revisando el panorama empresarial, reconoce que las compañías no estaban completamente preparadas. "Aunque teóricamente había ya planes definidos o la posibilidad de trabajar desde casa, culturalmente siempre hemos decidido estar en la oficina", explica. "Ahora nos hemos visto forzados a trabajar de

manera remota y determinados procesos de trabajo no estaban adaptados para asegurar la productividad y la eficiencia". Ahora bien, reconoce que aquellas que no estaban listas, "se están preparando para estarlo". Este impulso de la transformación del puesto de trabajo va a llevar implícito, a su juicio, un mayor desarrollo de los proyectos Daas (Dispositivo como servicio). "Requieren un

esfuerzo, por parte del canal, en torno a la preventa y la consultoría, así como para perfilar los distintos usuarios que conviven en las plantillas de las empresas", alerta. Ahora bien, a su juicio, es el futuro. "Permite ajustar los dispositivos a los usos que se requieren en cada momento por parte de los usuarios, sin invertir en determinados activos, sino proporcionando un servicio".



SAMSUNG

Galaxy A51

Galaxy A51 aterrizó en España el pasado mes de enero y ha sido el smartphone Android más vendido en el mundo durante el primer trimestre de 2020. Proporciona la mejor experiencia móvil a un precio asequible: una batería de larga duración, una cámara cuádruple con funciones inteligentes para capturar momentos únicos y una pantalla Infinity-O para disfrutar de todos los contenidos sin distracciones, con la mejor calidad posible. Además, es uno de los pocos smartphones de gama media del mercado que cuenta con un alto nivel de seguridad gracias a la plataforma de seguridad Samsung Knox, que aísla, encripta y protege las aplicaciones de trabajo y los datos confidenciales.

SAMSUNG

Galaxy S20

Toda la nueva gama ofrece conectividad 5G: Galaxy S20 Ultra, Galaxy S20+ y Galaxy S20. Con especificaciones premium en fotografía y vídeo (que permite la grabación en 8K) es el smartphone más seguro gracias a Samsung Knox y un nuevo procesador que protege el equipo de cualquier ataque basado en hardware. Por otro lado, es uno de los principales aliados para la productividad, gracias a Samsung Dex, que convierte el móvil en un PC. Se puede utilizar conectado a una pantalla, un teclado y un ratón y las aplicaciones se adaptan para que se puedan visualizar en una pantalla de mayor tamaño. El resultado es la misma experiencia que si estuviéramos en la oficina.



Galaxy Note10

SAMSUNG

La gama Note10 ofrece a los usuarios la libertad de trabajar de la mejor manera posible gracias a S Pen, un diseño sofisticado, pantalla inmersiva Dynamic AMOLED de certificación HDR10+ y potentes integraciones como Samsung DeX, Dibujos AR / Escáner 3D, carga ultra rápida o Wireless PowerShare. Además, incorpora la conexión a Windows directamente desde el panel rápido. Con un solo clic, los usuarios pueden conectarse a su PC y ver notificaciones, enviar y recibir mensajes, o revisar fotos recientes sin tener que mirar su smartphone. Galaxy Note10 también presenta una aplicación de Outlook optimizada e integrada que mejora las comunicaciones profesionales.



SAMSUNG

Galaxy Tab S6 Lite

Galaxy Tab S6 Lite es una tablet elegante pensada para el trabajo y el estudio. Con una pantalla de 10,4 pulgadas, para visualizar todos los contenidos a gran tamaño con marcos muy reducidos, ofrece una combinación perfecta de imagen y sonido, gracias a un doble altavoz Dolby Atmos. Su S Pen es tan práctico como un bolígrafo tradicional, para crear notas y bocetos de forma precisa. Gracias al ecosistema de aplicaciones de Samsung, ofrece contenido exclusivo a través de YouTube, Netflix y Spotify; llamadas y videollamadas de otros dispositivos en la tablet, sin necesidad de estar conectado a la misma red Wifi y toda la seguridad de la plataforma Samsung Knox.

SAMSUNG

Galaxy X Cover Pro

Su certificación IP68 garantiza la resistencia frente al agua y el polvo; es capaz de soportar caídas desde 1,5 metros (incluso sin carcasa) y la certificación MIL-STD 810G asegura su protección ante la altitud y condiciones atmosféricas adversas. Galaxy XCover Pro es un dispositivo robusto pero elegante, que se beneficia de las prestaciones premium de los smartphones de la serie Galaxy de Samsung, como su pantalla inmersiva, batería de larga duración y la protección de Samsung Knox. Además, se ha mejorado con soluciones móviles exclusivas de partners para una gran variedad de escenarios empresariales, como por ejemplo, la nueva función walkie-talkie de Microsoft Teams.



SAMSUNG

Para más información:

www.samsung.com/es/

La seguridad, punto clave en la "segunda fase" de la expansión del teletrabajo

"Se ha puesto **en marcha** el mayor piloto de **teletrabajo** a nivel mundial de la **historia**"



Enrique Martín,
B2B business developer de Samsung

"Muchos directivos que decían no al teletrabajo se han dado cuenta de que la compañía sigue siendo completamente operativa y se mantiene la rentabilidad"

Más de 4 millones de personas, 2,5 en el segmento público, desarrollaron su trabajo de manera remota durante el periodo de confinamiento que vivió España. Una cifra, enorme, más si se compara con el millón y medio de personas que practicaban el teletrabajo a finales de 2019. Son cifras de la compañía Adecco que ponen de manifiesto la expansión de esta práctica. La gran pregunta, ahora, es saber si esta experiencia va a cambiar, de una vez por todas, la concepción que las empresas tienen del puesto de trabajo. Enrique Martín, *B2B business developer* de Samsung, asegura que nada va a volver a ser como antes. "El teletrabajo ha venido para quedarse", corrobora. "Las empresas han probado sus ventajas y han comprobado que se mantiene la productividad y la eficiencia", asegura. "Lo que ahora ha sido una decisión táctica, empezará a ser una opción estratégica".

Marilés de Pedro

Martín define, con exactitud, lo que ha pasado en las últimas semanas. "Se ha implantado, a nivel mundial, el mayor piloto de teletrabajo". Un piloto en el que, como bien explica, primó la urgencia. "O se teletrabajaba o no se pudo trabajar". Ante ello, las empresas desarrollaron sus proyectos, primando lo táctico. "Ahora, sin embargo, en los próximos meses las empresas van a reflexionar de manera estratégica cómo quieren desplegar el teletrabajo, creando las políticas adecuadas y preparando sus equipos".

El directivo de Samsung está convencido de que los proyectos de transformación del puesto de trabajo continuarán. "Una vez que se ha probado que se puede ser eficiente, que se puede trabajar y que hay grandes ventajas en este modelo de teletrabajo, va a existir una mayor flexibilidad, con mayores ventajas para los empleados", augura. Cada empresa y cada sector buscará un punto de equilibrio entre este trabajo en remoto y los modelos tradicionales. "Muchos directivos que decían no al teletrabajo se han dado cuenta de que la compañía sigue siendo completamente operativa y

Especial Movilidad y transformación del puesto de trabajo

se mantiene la rentabilidad", relata. No existía ninguna barrera tecnológica, solo cultural. "Algunos tenían una falta de confianza en que los empleados pudieran mantener la productividad y lo que ha pasado ha demostrado que no es así". También faltaba organización y metodología de trabajo. "Muchas empresas no contaban con una metodología para medir los objetivos y la productividad de todos y cada uno de los empleados". Ahora, sin embargo, se abre una nueva etapa.

Crecimiento en Samsung

Este incremento del teletrabajo ha tenido su repercusión positiva en la venta de soluciones relacionadas con la movilidad. En el caso de Samsung, lo han notado en su negocio de tabletas y en soluciones, como Samsung DeX, que convierte el *smartphone* en un PC, permitiendo la conexión a una pantalla, un teclado y un ratón. "Gracias a esta solución, el interfaz del que se dispone en el teléfono se transforma en una "multiventana", de manera que el usuario puede trabajar con normalidad con sus aplicaciones y, a través de un navegador, acceder a un entorno virtual".



Trabajo del canal

El canal es fundamental para Samsung en este apartado. Para su desarrollo cuenta con el Samsung Mobile Value Programme (SMVP) que acoge a los distribuidores que se dedican al desarrollo del mercado de la movilidad y del que forman parte más de 450 compañías. Martín recuerda el boom espectacular de todas las soluciones de movilidad producido en las últimas semanas y que ha conducido tanto a una mayor venta de dispositivos como a un crecimiento en las configuraciones de VPN, por ejemplo.

Una demanda que va a continuar, adaptándose a las nuevas exigencias que marca la "nueva" normalidad. "Hay una enorme demanda ya que van a crecer los procesos de digitalización más allá, incluso, de puesto de trabajo tradicional".

Es el caso, indica, de la nueva casuística que afecta al segmento de la restauración que va a tener que sustituir las tradicionales cartas y permitir las comandas digitales, haciendo uso, por ejemplo, de códigos QR. "Va a haber una demanda de este tipo de soluciones vinculadas con los nuevos procesos; lo que va a acelerar la digitalización de muchos segmentos".



¿Y los proyectos de Dispositivo como servicio (Daas)?

El empuje que experimentará el teletrabajo previsiblemente hará despuntar los proyectos relacionados con el dispositivo como servicio (Daas). Martín prevé que este modelo, que ya se ha implantado en el área residencial como fórmula de consumo, se extienda en los entornos empresariales. "Reduce las inversiones y permite a las empresas el acceso a soluciones que, de no ser a través de estas fórmulas, les resultaría inalcanzables", explica. Las soluciones se renuevan, lo que asegura a las empresas disfrutar de la última tecnología, gracias a que se incluye el mantenimiento y la actualización. "El 85 % de los empleados está convencido de que su efectividad crece con el uso de la tecnología, con un incremento de la productividad que, dependiendo del sector, se mueve entre el 10 y el 30 %".

Samsung

Tel.: 91 714 36 00

La seguridad, clave en la "segunda fase"

La seguridad es un elemento esencial en la estrategia corporativa de Samsung, con la plataforma Knox, presente en el mercado desde el año 2013, como el pilar en el que se sustenta. Una plataforma que refleja cuál es la propuesta de la marca en este mercado. "Apostamos por dispositivos seguros de principio a fin, que incluyen una solución de seguridad que permite la gestión de todo el ciclo de vida del equipo", explica. Una protección que comienza en la etapa de producción. "La seguridad tiene que estar por diseño, lo que obliga a diseñar los dispositivos para que sean seguros desde el proceso de fabricación". En el caso de Samsung, al ser fabricantes de la circuitería interna del dispositivo, se introduce de manera completa esta base de seguridad, clave para que todas las capas que construyen sobre el equipo se mantengan seguras. Las aplicaciones que se instalan en la plataforma, por parte de los *partners* de la marca, cuentan, a su juicio, con un plus de seguridad. Es el caso de Samsung Pay, la plataforma de pagos, que protege los datos bancarios de los usuarios; Samsung Pass, para la gestión de contraseñas; o Samsung Health, para proteger la información privada relacionada con la salud de los usuarios.

Samsung cuenta con Samsung Knox Partner Program, un programa abierto a los desarrolladores, para que puedan aprovechar esta seguridad por diseño que tienen sus dispositivos. Samsung Knox encripta los datos y los aísla para evitar intromisiones en el caso de pérdida o robo del dispositivo. Por último, la protección física de los dispositivos también es un aspecto clave para evitar el acceso de personas no autorizadas a la información sensible que se almacena en los *smartphones* empresariales. Samsung cuenta con soluciones biométricas para proteger la información gracias a tecnologías como el sensor de huella dactilar ultrasónico 3D o el reconocimiento facial.

La marca, que crece por encima del mercado, lidera el segmento portátil en el canal según Context

“Lenovo ha jugado un rol muy importante para favorecer el crecimiento del mercado y permitir que las empresas pudieran seguir trabajando”

Nunca se habían visto en España los crecimientos que se han producido en el mercado de los portátiles. La demanda, impulsada de manera desorbitada por la urgente necesidad de asegurar el trabajo en remoto, permitió ascensos de dos dígitos en el primer trimestre (exactamente un 12,8 % según Context), elevando por encima de los 213 millones de euros la facturación de este producto en el canal mayorista. Un tirón que ha seguido en abril y mayo; y que ha permitido a fabricante, como Lenovo, experimentar ascensos récord por encima de los que ha marcado el mercado. Patricia Núñez, directora del canal comercial, destaca el papel importante que ha tenido la marca como impulsadora de este crecimiento. “Y lo hemos conseguido gracias al canal”, explica. Junto a los *partners*, la planificación y la disponibilidad de producto han sido también claves. “Hemos podido colaborar activamente para poder satisfacer las demandas de los clientes profesionales y permitir que las empresas pudieran seguir con su actividad”.  Marilés de Pedro



Analizando el crecimiento del primer trimestre, Núñez explica que marzo fue un mes histórico. Tras él todo indicaba que abril, que de manera tradicional y por la estacionalidad de la Semana Santa suele ser un mes flojo, rompería esta tendencia. No fue así: el mercado siguió creciendo y hasta mayo creció un 40 %. “Estamos viviendo unos ritmos de crecimiento que no habíamos vivido nunca”, valora.

Una situación que ha sido aprovechada por todas las marcas que, como Lenovo, disfrutaron de unos inventarios y un nivel de stock muy saludable. “Pudimos responder, con solvencia, a las necesidades de las empresas”. Una respuesta, que ha convertido a Lenovo en protagonista del crecimiento del mercado. “Nuestro ascenso se sitúa en el primer trimestre en

un 39 %”, desvela. Un balance que permite a la marca liderar el segmento portátil en el canal, según Context, con una cuota en torno al 30 % en este primer tramo. “También hemos mantenido esta posición en los meses de abril y mayo, con una participación del 40 % en el mercado global del PC”.

Buenas perspectivas

En la actualidad, la disponibilidad de producto es buena. Explica Núñez que Lenovo mantiene unos buenos niveles de producción, con una capacidad operativa que ya está al 100 %, con la salvedad, ya tradicional, de la falta de suministro de algunos componentes, como es el caso de los procesadores. En cuanto al negocio, reconoce que, aunque es bastante difícil prever qué va a ocurrir a largo plazo, confía en que la demanda se mantendrá alta en

Especial Movilidad y transformación del puesto de trabajo

la segunda parte del año, sobre todo en el área de la educación y en todo lo que tiene que ver con el entorno del teletrabajo. "Las empresas privadas están desarrollando proyectos que permitan a sus empleados el desarrollo del trabajo de manera remota mientras que las instituciones educativas están preocupadas por asegurar la formación, ya sea en el colegio o de forma telemática". Sus previsiones es que quizás el parón se produzca a final de año, tras la campaña del *Black Friday*.

El portátil, el rey de la productividad

Al mismo tiempo que crecía el portátil en el negocio del canal, retrocedían de manera notable los teléfonos inteligentes, con decrecimientos a doble dígito en esta primera parte del año. Núñez explica que, mientras que estos últimos dispositivos sirven para el consumo de información o el uso de aplicaciones más sencillas, cuando el usuario exige productividad, el portátil es la mejor opción.

Respecto a las tabletas, que han exhibido un ligero crecimiento de un dígito en el primer trimestre, según Context, tanto en el número de unidades como en la facturación, la responsable del canal profesional reconoce que en el caso de Lenovo han observado una fuerte demanda de dispositivos 4G "que se ha destinado al entorno educativo, a la Administración Pública y a grandes proyectos en empresas privadas".

Estrategia de Lenovo

Lógicamente la estrategia interna de Lenovo se ha basado, en estas semanas tan complicadas, en preservar la seguridad de los trabajadores, instaurando de manera masiva el teletrabajo. "Queremos ser ejemplo, sin lugar a dudas, de la implantación de esta fórmula que nos ha permitido seguir con nuestra actividad de manera completa".

La estrategia que marcará su rumbo en los próximos meses se basa en tres ejes. El primero, una adecuada planificación para prever lo que demandará el mercado para disponer del stock válido para asegurar el suministro. "Debemos mantener la agilidad y la capacidad de adaptación que siempre nos ha caracterizado", recuerda. Por último, la oferta deberá también adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios. "Junto a los portátiles, también van a ser claves nuestras soluciones en el ámbito de la colaboración, como es el caso del ThinkSmart View o el ThinkSmart Hub, entre otras", pronostica.



Apoyo al canal

El canal es la pieza fundamental en el negocio de Lenovo. La marca cuenta con una masa de distribución, cercana a las 7.000 compañías, que han seguido haciendo negocio. Núñez asegura que no han observado ninguna

caída en su número, lo que lee de forma muy positiva. "Que mantengamos esta enorme capilaridad es una muestra de que las pymes, el mercado mayoritario al que sirve este canal, se muestran activas y siguen comprando dispositivos, lo que es un signo económico positivo".

En los últimos meses la

marca ha puesto en marcha diferentes iniciativas para mejorar la financiación y ayudar a que el canal mejorara su liquidez. "Hemos ayudado al distribuidor a que tuviera una mejor predictibilidad de sus resultados con Lenovo". Ahora la prioridad es ayudarlo a vender el portafolio completo "smart" de Lenovo, arropado por la oferta de servicios que además de las opciones tradicionales cuenta con el potente Premier Support. "Siempre hemos recompensado a nuestro canal por la venta de servicios y así lo seguiremos haciendo".

Núñez reflexiona acerca de la transformación que está sufriendo el canal on-

line que ha soportado una enorme demanda. "Algunas de estas compañías se están enfocando hacia el segmento profesional (B2B), en el que han triplicado sus ventas", explica. Un cambio en el que se incluye el hecho de que las operadoras e incluso las empresas energéticas están incorporándose al canal. Una situación compleja que lleva a Núñez a recomendar a los distribuidores más tradicionales, que también han sabido aprovechar la enorme demanda, una "paulatina transformación". 

"Junto a los portátiles, también van a ser claves nuestras soluciones en el ámbito de la colaboración, como es el caso del ThinkSmart View o el ThinkSmart Hub, entre otras"

 Acceda al vídeo desde aquí



Lenovo
Tel.: 91 789 68 72

La transformación del puesto de trabajo, uno de los focos prioritarios de la relación

Arrow y VMware

suman fuerzas en el terreno del canal

La alianza entre Arrow y VMware goza de una larga trayectoria en la oferta del mayorista. Nacida al amparo de la virtualización del cómputo, como tecnología primigenia, la relación ha ido evolucionando al compás de que lo hacía el poderío tecnológico de la marca, que ha extendido sus capacidades hacia el puesto de trabajo, la red, la seguridad y la nube. Su propuesta en el entorno del puesto de trabajo, segmento clave en los últimos meses, siempre ha conformado una de las áreas de oportunidad para el canal de distribución.

 Marilés de Pedro



La alianza entre VMware y Arrow arrancó a finales de 2012. Eduardo Rodríguez, *presales* de VMware en Arrow, reconoce que, tras más de 8 años de recorrido conjunto, el peso conseguido por la marca en el seno de Arrow es po-

deroso. "Es una relación de confianza", valora.

La marca ha extendido sus capacidades tecnológicas en los últimos años, lo que le ha permitido alcanzar muchos territorios empresariales. "Es líder en muchos tipos de soluciones y productos, lo que abarca la virtualización, en general; la hiperconvergencia; el puesto de trabajo; el entorno SD-WAN, que han reforzado con la reciente

adquisición de Velocloud; o la protección del puesto de trabajo, en el que la compra de Carbon Black les permite afianzar su propuesta", relata.

Una capacidad que abre al canal muchas más posibilidades. "Esta amplia

oferta permite que muchos de los proyectos de VMware incluyan, para proporcionar una cobertura global, a otras marcas que también forman parte de nuestra oferta", recuerda. Con ello, Arrow refuerza su papel catalizador, que da soporte a su canal para que éste pueda "abordar, con solvencia,

cualquier proyecto en el que esté implicado VMware".

Aunque la movilidad ha protagonizado el crecimiento de VMware en los últimos años, en torno a proyectos relacionados con la gestión del dispositivo (lo que llevaba a la implantación de la plataforma Workspace One); la situación vivida en los últimos meses ha permitido el desarrollo de un buen número de iniciativas

de VDI para asegurar el acceso de los empleados al puesto de trabajo y a las aplicaciones. "Esta prioridad ha permitido un crecimiento de Horizon ya que esta *suite* permite conseguirlo de manera rápida".

Workspace One permite administrar, gestionar y proteger cualquier tipo de dispositivo, de sistema operativo y aplicación desde una única consola

Reduzca la complejidad,
controle los costes
y prepárese para
la nube híbrida

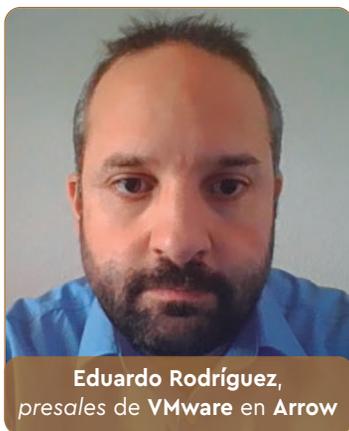


arrow.com/ecs/es/productos/vmware/



Propuesta de VMware para el puesto de trabajo digital

La propuesta de VMware para el desarrollo del puesto de trabajo digital reposa en las dos plataformas: Workspace One y Horizon. Eduardo Rodríguez explica que Workspace One se trata de una plataforma destinada a administrar, gestionar y proteger cualquier tipo de dispositivo, de sistema operativo y aplicación desde una única consola. "Nos permite gestionar cualquier dispositivo (PC, tableta, portátil, etc.), cualquiera que sea la plataforma sobre la que funcione (Windows, iOS, Android, etc.) e independientemente de la aplicación que utilice el usuario", explica. A su juicio, una de las funcionalidades más interesantes de Workspace One es que el usuario disfruta de las mismas funcionalidades e idéntica experiencia, independientemente de dónde y de qué manera tenga instalada la solución: ya sea bajo una fórmula de Software como Servicio (SaaS), *on-premise*, con un modelo de suscripción o de forma perpetua. "Además es *multi-tenant*, una funcionalidad especialmente útil para todas aquellas empresas que cuentan con múltiples sedes ubicadas en distintos lugares. Gracias a una única consola es posible gestionar todas ellas; incluso es posible personalizar cada una de ellas". La potente plataforma Horizon abarca distintas soluciones como Horizon Cloud, Horizon App o Horizon Volumes. Rodríguez insiste en que se ha pro-



Eduardo Rodríguez,
presales de VMware en Arrow

"Hemos desarrollado muchos proyectos de VDI y de compartición de aplicaciones en la nube"

ducido en los últimos meses un enorme incremento de su implementación por parte de los clientes. "Algunos clientes, que ya contaban con esta plataforma, ampliaron su infraestructura; mientras que otros, que no contaban con ella, decidieron implantarla para permitir el acceso de su plantilla a los equipos personales que se habían quedado en la oficina", explica. Un panorama de negocio, en crecimiento, que también ha permitido que muchas empresas hayan dado un paso más en el desarrollo del puesto de trabajo. "Las compañías quieren dar una solución de virtualización del puesto de trabajo a sus usuarios mucho más profesional y estable; lo

que ha permitido que muchas están abordando proyectos con Horizon Cloud, Horizon Apps y App Volumes".

Rodríguez destaca proyectos muy interesantes en torno a la configuración del VDI en la nube, con Horizon Cloud, gracias, sobre todo, a la integración de la plataforma con Azure debido al uso extendido que tiene esta nube por parte de las empresas en España; aunque también es posible desarrollarlo en otras nubes (IBM Cloud, Amazon,

etc.). "La integración de Horizon con la nube pública es muy potente y sencilla". Y, siempre, "con idéntica experiencia y las mismas funcionalidades que en las fórmulas *onpremise*".

Desarrollo de canal

El despliegue y la implantación de las soluciones de virtualización y el desarrollo de los proyectos vinculados con el puesto de trabajo es una enorme oportunidad para los clientes de Arrow. El *presales* asegura que el tipo de *partners* que ha puesto en marcha estos proyectos de transformación responde, sobre todo, a compañías vinculadas con la infraestructura y el centro de datos. "Se trata de distribuidores que ya han adaptado su negocio a la nube pública", completa. "Sus clientes les demandan proyectos que exigen la virtualización de escritorios y el uso de aplicaciones compartidas en este tipo de nube". Unos clientes que, asegura Rodríguez, alcanzan todo tipo de sectores de actividad.

De cara a los próximos meses, el mayorista seguirá dando soporte al canal para que dé una respuesta adecuada a las necesidades de sus clientes. "Seguiremos dando confianza a nuestros clientes en torno a la idoneidad de las soluciones de VMware en torno a estos proyectos de transformación". Para favorecerlo, Rodríguez anuncia que cuentan con interesantes promociones y descuentos, que se alargarán hasta finales del mes de julio, para facilitar la implantación de estas soluciones. "Tratamos de que, de manera rápida y sencilla, las empresas puedan adquirir Workspace One y Horizon, sin incurrir en un gasto enorme".

Oportunidad en torno al puesto de trabajo

La transformación del puesto de trabajo es una de las áreas que, por la situación que se está viviendo en España, más activa se ha mantenido, con el crecimiento de todas las soluciones alrededor del mismo. "Los clientes necesitaban dar solución al teletrabajo, que hasta ahora no había sido su prioridad", asegura. "Hemos desarrollado muchos proyectos de VDI y de compartición de aplicaciones en la nube". Se abre ahora una segunda fase. "La urgencia de contar con una solución que permitiera trabajar, de manera rápida desde casa, condujo a algunas empresas a optar por soluciones VPN (*Virtual Private Network*) o similares", cuenta. Ahora, están comprobando que hay opciones que dan una mejor respuesta. "Quieren contar con soluciones más profesionales, como es el caso de las soluciones vinculadas con la virtualización de escritorios, que permiten una gestión directa y eficaz de los equipos de los usuarios". Tras esta experiencia, Rodríguez cree que muchos empresarios van a dar a sus trabajadores la posibilidad de optar, con mayor flexibilidad, por el teletrabajo. "Se trata de una solución que permite conciliar mejor la vida laboral con la vida personal", recuerda. "Es un gran paso que hay que aprovechar y reivindicar".

Acceda al vídeo desde aquí



Arrow

Tel.: 91 761 21 51

VMware

Tel.: 91 412 50 00

Testado a temperaturas bajo cero. Eso es más Smart.

ThinkPad, el portátil empresarial n.º 1 de la historia.
www.lenovo.com/think



Smarter
technology
for all

Lenovo



Con hasta procesador Intel® Core™ i7

Ultrabook, Celeron, Celeron Inside, Core Inside, Intel, el logotipo de Intel, Intel Atom, Intel Atom Inside, Intel Core, Intel Inside, el logotipo de Intel Inside, Intel vPro, Itanium, Itanium Inside, Pentium, Pentium Inside, vPro Inside, Xeon, Xeon Phi, Xeon Inside y Intel Optane son marcas comerciales de Intel Corporation o de sus filiales en Estados Unidos y/o en otros países.

Acabado en fibra de carbono solamente disponible en el X1 Carbon con pantalla HDR400. n.º1: Representa las ventas de unidades ThinkPad. Declaración basada en las ventas totales de unidades en todo el mundo a nivel de la marca del producto correspondientes a portátiles profesionales desde 1992 hasta el cuarto trimestre de 2018. La imagen es una interpretación artística del test de "temperatura" del ThinkPad para comprobar la durabilidad, durante el cual el ThinkPad se expone hasta a -25°C durante un periodo de hasta 24 horas en condiciones de test de laboratorio. No es representativa de la durabilidad del ThinkPad bajo otras condiciones. La garantía no cubre un trato de este tipo infligido al aparato.

La demanda de soluciones en torno a la movilidad, aunque de manera más moderada, se mantendrá hasta final de año

“La **movilidad** se va a imponer de manera **definitiva**”



Dentro del espectro móvil, han sido los portátiles los protagonistas. Según Context, su crecimiento se situó en un doble dígito en el primer trimestre, impulsado por la implantación del teletrabajo. Una tendencia que se mantuvo, también, durante los meses de abril y mayo, y que alcanzó a todo tipo de equipos. “La necesidad de dotar de tecnología a miles de empleados, de multitud de empresas, para poder desarrollar el teletrabajo, convirtió a los dispositivos empresariales en los productos estrella”, analiza. Pero, no solo ellos, ya que “la tendencia ha alcanzado también a los equipos orientados al consumo”. Iván Bravo reconoce que es complicado hacer previsiones a medio plazo en un escenario tan volátil. “Posiblemente, la tendencia en movilidad va a perder parte de esta inercia de crecimiento, pero preveo que vaya a continuar muy fuerte en

Iván Bravo, *IT area manager* de Esprinet Ibérica, asegura que ha sido todo un desafío cumplir con la demanda de soluciones de movilidad que soportó el mercado desde mediados de marzo. “Ha sido todo un reto para el que difícilmente podíamos habernos preparado”, reconoce. Sin embargo, se dio cumplida respuesta a pesar de que la demanda superó con creces la oferta, lo que hizo que toda la cadena TI soportara mucho desgaste. “Hemos tratado que imperase el sentido de la responsabilidad, que hemos mantenido en estos momentos; priorizando aquellas demandas, urgentes, destinadas a cubrir las necesidades más críticas en esta crisis sanitaria”.

Marilés de Pedro

lo que resta de 2020”, pronostica. “Aunque la tendencia hacia la movilidad haya sido provocada por una situación coyuntural, como la que estamos viviendo, se ha acelerado un cambio cultural”, analiza. A su juicio, la movilidad se va a imponer. “Hemos identificado vulnerabilidades en nuestro *statu quo*, lo que es positivo ya que te prepara y te hace más fuerte. Probablemente

“En Esprinet vamos a estar atentos a todas las oportunidades que puedan surgir”



ACER

TravelMate P6 P614-51-G2

Se trata de un portátil profesional, ligero (solo pesa 1,1 kilogramo), que exhibe un alto rendimiento. Cuenta con procesador Intel Core i5-10210U Quad-core (4 núcleos) 1,60 GHz. Con una pantalla Full HD de 14" (35,6 cm) y 1920 x 1080 píxeles 16:9 IPS. Integra Windows Pro e Intel UHD Graphics. Integra 8 GB DDR4 SDRAM y su almacenamiento interno alcanza los 512 GB SSD. Cuenta con funciones de seguridad y gestión.

Se trata de un portátil profesional, ligero (solo pesa 1,1 kilogramo), que exhibe un alto rendimiento. Cuenta con procesador Intel Core i5-10210U Quad-core (4 núcleos) 1,60 GHz. Con una pantalla Full HD de 14" (35,6 cm) y 1920 x 1080 píxeles 16:9 IPS. Integra Windows Pro e Intel UHD Graphics. Integra 8 GB DDR4 SDRAM y su almacenamiento interno alcanza los 512 GB SSD. Cuenta con funciones de seguridad y gestión.

ASUS

Asus Zenbook Pro Duo UX581GV-H2037R

Potente equipo para los jugones, que exhibe una doble pantalla. A la principal, de 15,6" OLED 4K, se une el innovador ScreenPad

Plus 4K, que funciona como pantalla secundaria. Integra Intel Core i9 9980HK, 32 GB RAM, gráfica de gaming NVIDIA GeForce RTX 2060 y 1 TB de SSD. La conectividad incluye wifi 6 y Thunderbolt 3. El sistema operativo es Windows 10 Pro.



HP

HP PR340S G7

Portátil profesional, con procesador Intel Core i5, de 10ª generación. Cuenta con una pantalla de 14", IPS, con resolución 1920x1080. El sistema operativo

es Windows 10 Pro y el peso no excede de un kilogramo y medio. El disco duro, SSD, alcanza los 256 GB y la memoria RAM es de 8 GB DDR4 2666 MHz. Dispone de cámara para realizar videoconferencias e integra altavoces estereofónicos y micrófono. Integra wifi 802.11/b/g/n/ac/ax y Bluetooth 5.1.



LENOVO

ThinkPad L13

Portátil profesional de Lenovo con pantalla de 13,3" Full HD IPS con 1920 x 1080 píxeles. Integra procesador de Intel Core de 10 generación i5-10210U, con cuatro núcleos y gráfica Intel UHD Graphics. El peso supera los 2,3 kilogramos.

La memoria RAM es de 8 GB DDR4-SDRAM y su capacidad de disco, SSD, se extiende hasta los 256 GB. El sistema operativo es Windows 10 Pro.



DYNABOOK

Satellite Pro L50-G-1EF

Es un portátil, de 15,6", con unas altas prestaciones a un precio asequible. Integra un procesador Intel Core i5, de 10ª generación y hasta 16 GB de DDR4

RAM. La batería se alarga hasta las 10 horas y su peso ronda los 1,7 kilogramos. Está equipado con un teclado completo, un teclado numérico y un amplio conjunto de puertos, entre los que se incluyen un puerto USB Type-C, otros 3 puertos USB y un puerto HDMI. También incluye LAN Gigabit y wifi 6, que permiten una conexión inalámbrica de alta velocidad.



DELL

Latitude 3500

Portátil profesional, con pantalla de 15,6" FHD, con 1920x1080 píxeles, que integra procesadores Intel Core i5-8265U (6M Cache, 3.90 GHz). La memoria RAM es de 8 GB 2400MHz DDR4 y el disco duro, SSD, es de 256 GB. El sistema operativo es Windows 10 Pro. Las opciones de conectividad incluyen RJ45, HDMI, USB 3.1 y USB Type-C.



Especial Movilidad y transformación del puesto de trabajo

esta situación haya acelerado, en algún año, nuestra progresión hacia el futuro y se hayan roto ciertas barreras o tabúes con el trabajo en remoto". Bravo observa, de cualquier modo, un mayor equilibrio entre la oferta y la demanda, lo que eliminará cualquier problema de suministro. "Notamos, en momentos puntuales, alguna carestía ya que la producción se vio afectada, al principio, por el cierre de las fábricas y, posteriormente, porque la demanda fue enorme y se produjo de forma simultánea en toda Europa". Ahora, el suministro está garantizado y las previsiones hablan de una completa normalización.

Análisis por canales

La tipología de clientes de Esprinet alcanza todos los segmentos. La demanda del mercado, focalizada en una gran parte en el área profesional, ha permitido que los distribuidores corporativos hayan sido los que mejores crecimientos hayan exhibido en este periodo.

Junto a ellos, el canal *online* ha sido el receptor de una gran parte de la demanda. Iván Bravo cree que, definitivamente, esta crisis ha demostrado que el canal tradicional, puramente físico "*brick&mortar*", tiene que evolucionar hacia un modelo mixto donde confluyan una parte física pero también *online*, dirigiéndose hacia ese modelo "*brick&click*". "Se ha demostrado que quien no tenga una ventana a Internet tiene una posición de absoluta fragilidad".

Mirando hacia el futuro

De cara a los próximos meses, la estrategia de negocio de Esprinet va a acompañarse con esta creciente necesidad de movilidad. "Vamos a garantizar la máxima disponibilidad en todos los productos para no ser un freno en esa transición", promete. Una disponibilidad que no solo alcanza al producto estrella, el portátil, sino que se extiende a soluciones como las *dockings* o a todo tipo de periféricos como monitores, teclados, ratones y soluciones para la impresión. "Se trata de suministrar, no solo lo que requiere esa oficina que ahora

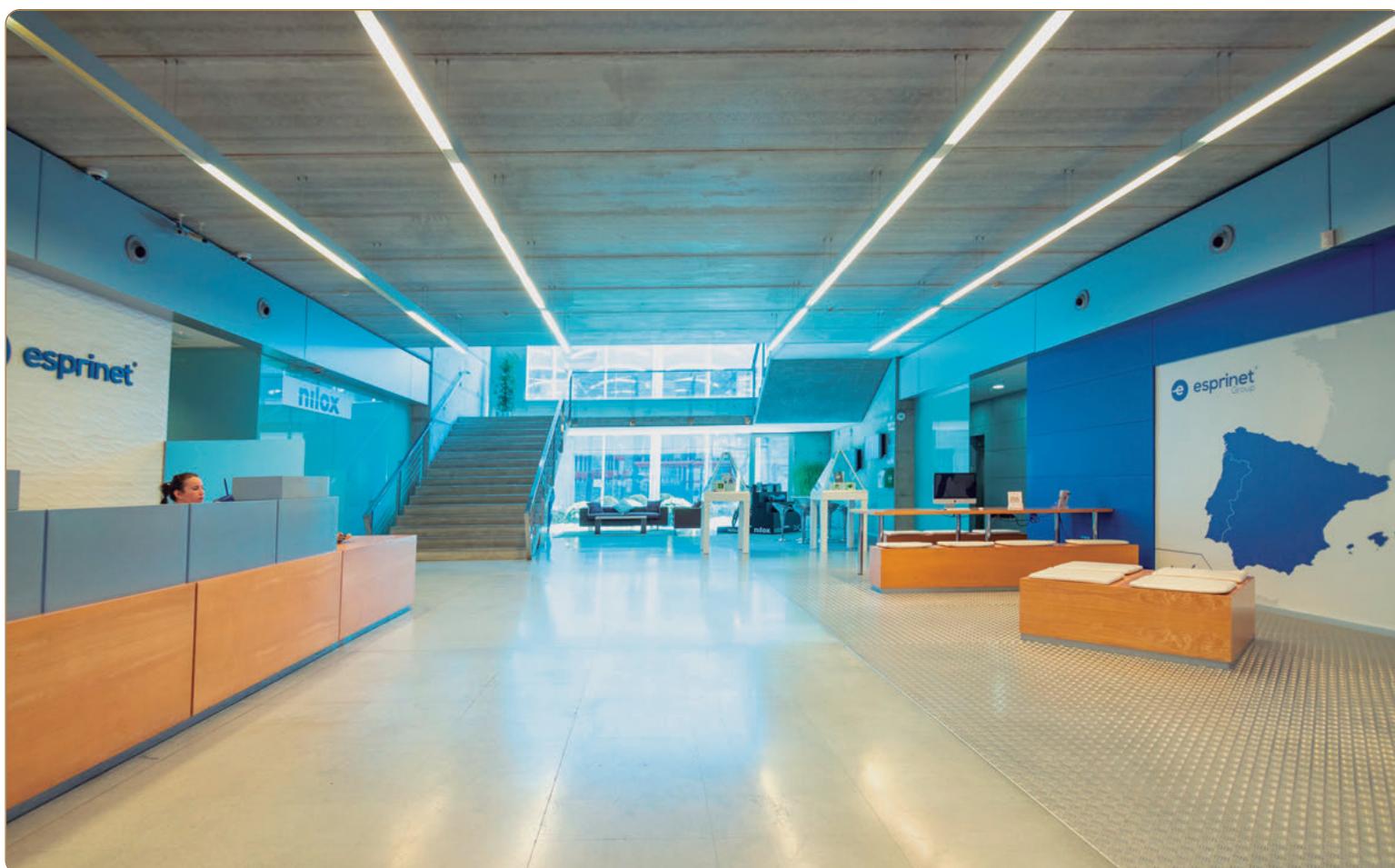
se ubica en casa, sino que vamos a adelantarnos a los cambios que la "nueva normalidad" va a provocar en las oficinas", aventura. A su juicio, ahora van a ser imprescindibles productos que hace un mes ni sabíamos que existían. "En Esprinet vamos a estar atentos a todas las oportunidades que puedan surgir".

Una estrategia en la que la cercanía con sus clientes permanece incólume. "Nuestro departamento comercial sigue estando a su lado, ahora más cerca que nunca". En 2019 el grupo puso en marcha el proyecto *Together is better*, que establecía un nuevo concepto de relación con los clientes. "Ahora más que nunca es de vital importancia". El mayorista mantendrá diferentes fórmulas financieras para aliviar la presión en sus clientes, como es el caso, por ejemplo, de las soluciones relacionadas con el *renting* tecnológico. 

"Se ha demostrado que quien no tenga una ventana a Internet tiene una posición de absoluta fragilidad"

Esprinet

Tel.: 902 201 146



El negocio de portátiles y de tabletas del mayorista creció por encima del mercado en el primer tramo del año

"En **Ingram Micro** no solo hemos dado un **servicio eficaz** al canal; también a la sociedad"



Herminio Granero,
director ejecutivo de **Ingram Micro España**

La respuesta que ha dado el canal mayorista ante la complicada situación que estamos viviendo en España para detener la expansión de la covid-19 ha sido ejemplar. E Ingram Micro no es una excepción. La compañía priorizó la seguridad de los empleados y clientes, con la instauración, general, del teletrabajo; y mantuvo plenamente operativa la actividad de los cuatro almacenes con los que cuenta en el territorio ibérico, con las máximas medidas de seguridad. Herminio Granero, director ejecutivo de Ingram Micro España, valora de manera muy positiva su respuesta. "No solo hemos dado un servicio al canal, sino también a la sociedad, priorizando en todo momento necesidades críticas, como ha sido el caso del segmento sanitario", explica. "Hemos estado muy cerca de la sociedad y hemos cumplido con nuestra labor".

 Marilés de Pedro



Explosión de la movilidad

Las soluciones de movilidad han sido las protagonistas del negocio de los mayoristas. Herminio Granero desvela que los crecimientos de Ingram Micro han estado por encima de los que ha marcado Context, tanto en el segmento de los portátiles como en las tabletas. "Han sido claves tanto los acuerdos que tenemos con los principales fabricantes en el ámbito de la movilidad, que nos permiten disfrutar de un posicionamiento de liderazgo en la distribución de las soluciones relacionadas con ella, como la disponibilidad que hemos disfrutado de las mismas". Ambas categorías han crecido en el mayorista significativamente: un 30 % el segmento portátil y más del 35 % las tabletas.

Granero puntualiza que, no solo ha sido en este mercado móvil, sino que la compañía ha podido trabajar de una manera muy organizada en todos los ámbitos. "Estamos muy contentos con el funcionamiento de la empresa y nos sentimos muy orgullosos de nuestra labor en los pasados meses, priorizando siempre el suministro sanitario, donde, por ejemplo, hemos ayudado a informatizar el hospital de campaña de Ifema", resalta. "También destacaría nuestra colaboración con el Ministerio de Educación y en los proyectos de investigación que está llevando a cabo el Ministerio de Ciencia e Innovación".

También los teléfonos inteligentes

El buen panorama móvil solo se "rompe" en el terreno telefónico: según la consultora Context, los teléfonos inteligentes han visto descender el número de unidades despachadas en el canal un 24 % y un 9 % en la facturación en el primer trimestre. No ha sido el caso de Ingram Micro que exhibe en este apartado un ascenso del 20 %. Granero apela a varias razones. "Mantenemos una



“Han sido claves los acuerdos que tenemos con los principales fabricantes en el ámbito de la movilidad, que nos permiten disfrutar de un posicionamiento de liderazgo en la distribución de las soluciones relacionadas con ella”

fuerte alianza con el canal *online* que ha adquirido en estos momentos un protagonismo muy importante, especialmente en las categorías vinculadas con el consumo”, explica. Junto a ella, Ingram Micro mantiene importantes acuerdos con el canal de las operadoras. “Aunque ha caído, lo ha hecho menos que el mercado de los teléfonos inteligentes, en general”. Por último, y fundamental, la oferta, sustentada en los líderes del mercado. “Somos el distribuidor número uno, tanto en Samsung como en Xiaomi, que son, respectivamente, el número uno y número dos del mercado”.

Las nuevas necesidades creadas en torno a los procesos de transformación digital. Granero anuncia que ya cuentan con dos potentes proyectos en este área, que presentarán próximamente, y que darán a conocer al canal en el segundo semestre. 

Ingram Micro
Tel.: 902 506 210

“Multitecnología” y servicios

Granero vaticina que en los próximos meses continuarán creciendo todas las tecnologías alrededor de la virtualización y la transformación del puesto de trabajo. Para dar cumplida respuesta a la previsible demanda, en Ingram Micro van a dar un impulso especial a todas sus soluciones alrededor de este entorno. Se trata de soluciones completas, que aúnan varias tecnologías de diferentes fabricantes, arropadas por una oferta de servicios que se adaptan a las necesidades de los clientes. “Nuestro modelo está orientado a crear soluciones específicas para cada necesidad”, ahonda Granero. “Cada oportunidad necesita unos requerimientos concretos. Nuestro modelo es totalmente flexible y se adapta a cada operación”.

Los servicios son esenciales. Además de los más tradicionales, vinculados con las extensiones de garantía de los productos, el mantenimiento o las ventas cruzadas, Ingram Micro ha desarrollado una amplia batería de servicios que pueden personalizarse a medida de lo que requiere el distribuidor. “Se trata de cualquier tipo de financiación *ad hoc*, personalización de los dispositivos, adaptaciones de software para diferentes canales, promociones de marketing o campañas de incentivación al canal, entre otros”.

Hace un año Ingram Micro creó una división específica enfocada en la búsqueda de nuevas tecnologías para dar respuesta a las nuevas necesidades creadas en torno a los procesos de transformación digital.

 **Acceda al vídeo desde aquí**



Soporte a los canales

El abanico de clientes de Ingram Micro es enorme. Entre ellos, han sido los *etailers* los receptores de una buena parte del crecimiento del mercado. Ingram Micro ha reforzado sus acuerdos con Amazon o PcComponentes, por ejemplo. En el primer caso han desarrollado un modelo, Amazon Flex, que permite disfrutar a la plataforma *online* de un espacio dentro de las instalaciones logísticas de Ingram Micro, con sus propios sistemas, personal e inventario. “Con un solo golpe de

clic podemos compartir inventario; lo que facilita mucho el negocio”, explica. Un modelo que se ha convertido en una vía imprescindible para mantener el negocio en estos momentos tan complicados. “Nos han derivado muchos productos que, por nuestra capacidad logística, hemos conseguido despachar a los clientes de manera rápida”. En el caso de PcComponentes durante las últimas semanas han ampliado los horarios y han mejorado la cadena de suministro.

El canal profesional ha recibido un foco especial. “Ha sido una prioridad apoyar a todos los distribuidores que han estado surtiendo de producto a las empresas, con la máxima eficacia y disponibilidad”. Granero observa numerosas oportunidades en el mercado en los próximos meses. Entre ellas, por ejemplo, las vinculadas con el entorno sanitario, con soluciones de control de presencia y de temperatura, de protección vírica o de esterilización.



LG Cloud Device

- Ahorra hasta un 51% por Puesto de Trabajo*
- Máxima seguridad de tus datos
- WebCam integrada perfecto para tus videoconferencias

*En comparación a un PC convencional, LG Cloud Device ThinClient puede reducir el coste anual total de infraestructura y de mantenimiento operativo, así como cualquier coste de reparación y de consumo eléctrico (ECO) hasta en un 51% en un año, traducido a un ahorro de hasta 600€ por empleado al año. Basado en el modelo CK500W en un espacio de trabajo virtual para 1.000 empleados.

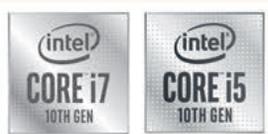


LG gram PRO

El **más portátil** de los portátiles



Memoria Dual Slot
ampliable hasta **24GB**



Intel® Core™
10ª Generación

Versiones con **Windows PRO**



Ultraligero
de tan solo **1kg**



Hasta **21 horas**
de batería

Escanéame y
descubre más



INGRAM MICRO®

902 36 76 10
comercial@ingrammicro.es
www.ingrammicro.es