

## Zaltor y Optima IT se unen para crecer en el **mercado MSP**

Zaltor y Optima IT se han fusionado con el objetivo de fortalecer su presencia en el mercado de los servicios MSP. Ambas compañías comparten la misma filosofía de trabajo, una aproximación al mercado centrada en el cliente y un *portfolio* de soluciones complementario. Estas sinergias han facilitado la fusión, que ha contado con la gestión de la consultora IBSC M&A, y son la base de la nueva estructura que aglutinará en Zaltor todo el conocimiento, *expertise* y plantilla de Optima IT.

Rosa Martín

Zaltor y Optima IT se han unido con el objetivo de fortalecer su presencia en el mercado y avanzar de manera significativa en el apartado de los servicios gestionados. Daniel Valenzuela, CEO de Zaltor, explica que este paso es estratégico para el mayorista, que tiene una trayectoria de 22 años, para seguir fortaleciendo su peso en el siempre cambiante mercado informático. Esta unión "nos hace más fuertes", argumenta.



Esta opinión la comparte Gerardo Laplana, hasta ahora CEO de Optima IT, quien señala que la fusión incrementa su capacidad para crecer y llegar a nuevos clientes. La compañía, fundada en 2011, ha apostado desde sus inicios por el modelo MSP. Sus primeros acuerdos se cerraron en el ámbito del *backup* y, poco a poco, ha ido construyendo un ecosistema de soluciones en el que figuran fabricantes como Autotask, G Data Software o Solarwinds MSP, que ahora es N-Able, entre otros. "El 80 % del negocio es bajo el modelo MSP. Es un negocio recurrente y es el modelo que intentamos implementar en España", destaca Laplana.

## Pilares de la fusión

Este enfoque es uno de los pilares de la fusión, aunque ambas compañías comparten un mismo "go to market" y son comple-

mentarias en muchos aspectos. "Nos complementamos y compartimos estrategia", recalca Valenzuela.

Un elemento significativo de esta complementariedad es su cartera de clientes, ya que al analizarla solo encontraron 26 empresas en común, lo que supone que la nueva superará los 1.200 *partners*. A la vez, sus *portfolios* de productos tampoco se solapaban, aunque coincidían en alguna marca.



Daniel Valenzuela, CEO de Zaltor



Gerardo Laplana, CEO de Optima IT

Otro factor que demuestra lo adecuado de esta unión es la combinación de sus diferentes capacidades. Optima IT proporciona a Zaltor una gran capacidad técnica. "Tiene un perfil y un *background* más técnico que el de Zaltor. Aporta ese *expertise* técnico y experiencia de mercado", indica Valenzuela.

Zaltor le ofrece a Optima IT mayores recursos comerciales. Laplana subraya que les proporcionará "la capacidad de llegar más

fácilmente a más clientes". En este sentido, el responsable indica que a pesar de conocer el mercado y saber cómo explicar las ventajas de negocio MSP es difícil llegar a nuevos clientes, pero ahora al "acceder a la base de datos de clientes de Zaltor, de la mano de sus comerciales, y presentarles un nuevo modelo de negocio nos hará multiplicar las ventas de manera mucho más rápida".

## Integración y estrategia

Las dos compañías están inmersas en el proceso de integración que hará que Optima IT opere como una parte de Zaltor, aunque mantendrá su marca y su posicionamiento web. "La idea es trabajar desde Zaltor y utilizar la marca Optima como un servicio de valor añadido", explica Laplana. A través de Optima IT se ayudará al canal a dar el salto a los servicios gestionados y a que entienda cómo funciona este modelo.

Este trabajo reforzará la estrategia que mantenía Zaltor desde hace dos años para avanzar en este ámbito de servicios MSP. "Refuerza el desarrollo que teníamos para ofrecer servicios gestionados al canal. El *expertise* que ha ido adquiriendo Optima se va a traer a Zaltor como *branding*", destaca Valenzuela. Todos los recursos de formación y documentación se integrarán como un portal de *partners* para ayudarles en toda su actividad de servicios MSP.



## Objetivos

La fusión supondrá un impulso para asentar el modelo MSP dentro de Zaltor, que espera que acapare un tercio de su volumen de negocio, aunque el mayorista seguirá trabajando en todas sus líneas estratégicas. A medio plazo el objetivo que quiere alcanzar es ser el primer mayorista en servicios gestionados en su ámbito de especialización. Y para lograrlo está llevando a cabo todas las operaciones para unir las dos estructuras y unificar procesos. "El primero objetivo es in-

tegrarnos y compartir el conocimiento de las dos empresas para establecer unos procesos únicos que hagan que todo sea más fácil para ambas y que los clientes no tengan que preocuparse porque ha habido una fusión", detalla Laplana.

En el plano económico, su meta es crecer por lo menos un 25 % en el primer año de la fusión. Al mismo tiempo, espera aumentar su plantilla en el mercado portugués y no descarta ampliar su propuesta con la adquisición o fusión de nuevas compañías.