

Ingram Micro DC/POS avanza hacia el valor para ofrecer nuevas oportunidades de negocio a sus *partners*

Ingram Micro DC/POS está mejorando su oferta para ayudar a sus clientes a aprovechar las oportunidades de negocio que presenta el mercado. Ha cerrado nuevos acuerdos durante el primer semestre para reforzar su oferta, ha lanzado una nueva solución financiera para ofrecer sus productos como servicio y está ayudando a sus distribuidores a desarrollar proyectos completos mediante la colaboración con otras unidades del mayorista. El resultado, como indica Sergio Patiño, *regional manager* de Ingram Micro DC/POS en Iberia, es que está creciendo por encima del mercado.

Rosa Marín

El mercado de las soluciones para el punto de venta y la identificación automática está atravesando un buen momento. Presenta buenas



Sergio Patiño, regional manager de Ingram Micro DC/POS en Iberia

oportunidades de negocio y está creciendo más que el mercado tecnológico general. Patiño destaca que el mayor crecimiento se está produciendo en el mercado de la movilidad en "tablet rugerizados y en terminales de captura de datos por la irrupción de Android como sistema operativo para este tipo de dispositivos". Al mismo tiempo está creciendo en apartado del Mobile POS, como fruto de la transformación digital

que está experimentando la tienda, por la necesidad del comercio de mejorar su productividad y responder a las necesidades de sus clientes.

El responsable de Ingram Micro DC/POS en Iberia explica que otras vías de crecimiento son la cartelería digital y la analítica de vídeo. Las cámaras de videovigilancia se están uti-



lizando dentro del *retail* "no solo para vigilar zonas o personas, sino para el análisis de vídeo y hacer que el negocio de la tienda sea mayor".

Además, según confirma el directivo, la transformación de la tienda está propiciada por la irrupción del mundo *online*, que empuja a los *retailers* a invertir en tecnología

para mejorar la experiencia del cliente y a entrar en el ámbito del *ecommerce*.

Estrategia

Estas necesidades están marcando la estrategia de los principales fabricantes que integran el catálogo de Ingram Micro DC/POS y que, a su vez, está trasladando al canal.

Zebra y Honeywell son sus marcas de referencia para todo lo relacionado con la captura de

datos y están trabajando con sus soluciones en varias áreas como la captura de información a través de *wearables* o mediante el uso de la voz.

En paralelo está poniendo su foco en la movilidad dentro del punto de venta y en mejorar la experiencia del usuario a través de distintas soluciones como las pantallas para

la cartelería digital o la analítica de vídeo. Además, se está centrando en la tecnología RFID y en aprovechar el negocio que presenta el código de barras 2D. “Hemos visto una oportunidad de negocio con la utilización del código de barras 2D en determinados sectores cuya legislación ha obligado a que se utilice como es el sector farmacéutico y el de tabaco para la trazabilidad del producto”, detalla Patiño.



Acuerdos

Ingram Micro no ha parado de reforzar su oferta y a lo largo del primer semestre de este año ha ido cerrando distintas alianzas. Una de ellas ha sido con la marca BlueBird, que cuenta con dispositivos móviles diseñados para RFID y el resto de acuerdos se han firmado para potenciar otras líneas de producto vinculadas al punto de venta. Cus-

tom se ha sumado al catálogo de impresión, mientras que Evoke impulsará la parte de kioscos interactivos. BlueParrot con sus auriculares profesionales, Ergonomic Solutions, Advantech y Adstech completan las incorporaciones a su *portfolio*.

Con estas marcas ha mejorado su propuesta para generar más oportunidades de negocio a su red de distribuidores. Y, al mismo tiempo, Ingram Micro ha puesto en marcha

una nueva división dentro de su organización de ventas, especializada en soluciones financieras, según anuncia el directivo. “Esto hace que tengamos dentro de nuestro equipo de preventa una figura más, que ayuda al *partner* para proponerle, desde el inicio, una solución financiera al cliente final para que puedan adquirir esta tecnología no del modo tradicional sino como “hardware como servicio”.

Esta manera de acceder a las soluciones ofrece ventajas al *partner* que puede añadir sus servicios en la oferta que se propone al cliente final. Además, el mayorista mantiene acuerdos con empresas que hacen la recompra de los equipos al final de la vida útil, lo que también abarata la cuota que paga el cliente. “Todo esto nos está ayudando a presentar nuestra oferta de una manera distinta y está teniendo muy buena acogida”, subraya Patiño.

Acciones

Ingram Micro está dando a conocer esta iniciativa entre sus socios, pero no es la única acción que ha llevado a cabo para su red de socios durante el primer semestre de este año. Ha realizado un *tour*, denominado "Experience Tour DC/POS and Physical Security", que ha pasado por varias ciudades. Esta gira le ha permitido estar más cerca de sus distribuidores y compartir con ellos todas las novedades y las nuevas oportunidades de negocio de la mano de los especialistas de las marcas que representa.

También ha cuidado la formación celebrando un ciclo de cursos comerciales y técnicos sobre Android, que será el sistema operativo al que migrarán la mayoría de clientes finales. Ingram Micro DC/POS también está trabajando para aportar valor a sus distribuidores y diferenciarse de otros competidores. Según explica Patiño, sus *partners* valoran su oferta y sus servicios pero cada vez de-

Android

Ingram Micro ha preparado a sus distribuidores con una serie de "trainings" técnicos y comerciales para que puedan aprovechar la oportunidad que presenta la llegada de Android al terreno empresarial. En pocos meses, Microsoft va a dejar de dar soporte a los sistemas operativos de Windows Mobile y Windows CE, lo que va suponer que habrá un parque de miles de unidades de terminales de captura de datos que las empresas tendrán que sustituir por nuevos



equipos con Android. "Hemos formado al canal para aprovechar de la mejor manera posible esta oportunidad. Les hemos presentado, conjuntamente con las marcas que llevamos terminales y equipos nuevos para sustituir a los antiguos. Y les hemos ayudado a mostrar al cliente final las ventajas de utilizar Android en estos dispositivos".

mandan nuevas oportunidades de negocio más allá del mundo DC/POS. Por este motivo, está compartiendo sinergias con otras unidades de negocio del mayorista denominadas *"specialities"*, que tienen una orientación similar a la hora de dirigirse al mercado, lo que le está permitiendo ofrecer más soluciones a sus clientes a la hora de afrontar nuevos proyectos. "Este año hemos puesto en marcha una estrategia común para poder acercar a los clientes nuevas oportunidades de negocio de otras *"specialities"*, lo que está haciendo que haya proyectos en los que estamos colaborando con un mismo *partner* desde distintas unidades de negocio".

Esta iniciativa es un reflejo de la evolución del propio canal

que sin dejar de lado su especialización en el mundo del punto de venta y de la identificación automática está tratando de vender a sus clientes otras tecnologías. "Mu-

chos de nuestros clientes, especialistas en nuestro negocio, siguen en su apuesta por el mundo AIDC y POS, pero han puesto a su cliente en el centro para intentar venderle

otras tecnologías", confirma el responsable.

La colaboración con otras unidades de negocio del mayorista no supone que la propia división no crezca. El cliente de Ingram Micro que compra un producto DC/POS ha aumentado un 10 % en el último año.

Este dato avala la trayectoria ascendente de la división, que durante el primer trimestre del año ha crecido por encima de lo que ha crecido el mercado. Y la previsión que maneja es que seguirá en la misma línea de crecimiento durante el segundo semestre del año.



“Estamos colaborando con un mismo partner desde distintas unidades de negocio”