



El negocio AV Pro, motor de la división de soluciones profesionales de MCR

El negocio AV Pro brilla dentro de la división profesional de MCR

MCR ha englobado su oferta para el ámbito profesional en una nueva división, denominada MCR Pro, en la que destaca la unidad de negocio dedicada a las soluciones para el área audiovisual profesional. Esta línea, que está acaparando el porcentaje mayor de su facturación, cuenta con marcas de referencia como LG, Kramer y Yamaha y es una de sus principales apuestas para consolidar este negocio B2B.

Rosa Martín

MCR Pro es uno de los últimos proyectos de MCR, en el que ha puesto su esfuerzo con el fin de organizar su oferta y avanzar en el ámbito profesional. Al frente de esta división se encuentra Enrique Hernández, quien resalta que la división nace por el compromiso de la dirección del mayorista que ha puesto mucho empeño e ilusión en sacar adelante esta iniciativa para ofrecer lo que demanda el canal.

“Los distribuidores nos han acogido como un aire fresco. Nos ven como una opción interesante a la hora de poder trabajar con ellos y ser ese punto de apoyo”, confirma Hernández.



Enrique Hernández, director de MCR Pro

Dentro de MCR Pro está trabajando de manera intensa en el apartado AV Pro, que junto con la parte de TI y la del vertical *hospitality*, constituyen el foco de la división. “La parte de AV Pro tiene un peso del 70 % del negocio”, subraya el responsable de la división profesional de MCR.

Este peso se explica por la actividad que está desarrollando que se concentra en el sector *retail*, con soluciones de cartelera digital y analítica, y en el ámbito corporativo.

Ecosistema de soluciones y marcas

La estrategia de la división profesional ha comenzado con la creación de un ecosistema de soluciones para responder a la demanda de sus integradores. Según explica Hernández, ha tratado de “tener el mayor número de soluciones posibles” y a la hora de seleccionarlas ha optado por confiar en los “mejores fabricantes en cada una de las líneas de negocio”. Así en su *portfolio* se encuentran nombres reconocidos y proveedores menos conocidos, pero innovadores que les aportan soluciones diferenciales con el fin de que sus *partners* puedan apoyarse en esta oferta y aprovecharse del *expertise* del mayorista. “Te-

nemos que ser especialistas en todas las marcas que confían en MCR”, detalla Hernández. Dentro de su catálogo están destacando tres marcas que cubren diferentes necesidades: LG, Kramer y Yamaha.



“Los distribuidores nos ven como un punto de apoyo”

LG

Este proveedor juega un papel clave en la oferta de la parte AV Pro porque la pantalla es uno de los productos más demandados en la actualidad por los integradores. “Es la línea de trabajo en la que más constancia tenemos”, explica Hernández.

Este negocio goza de buena salud y presenta numerosas oportunidades de negocio, según confirma Iván González, responsable de ventas de *display* profesional de LG España. El crecimiento se está produciendo tanto en la parte de LCD como en la de diodo LED y el fabricante está trabajando para que su oferta sea diferencial. “Tratamos de lanzar formatos diferentes y romper con lo que es más tradicional en cuanto al *display* profesional”, resalta el responsable de LG.

MCR Pro comercializa tanto los monitores para empresas y pantallas para cartelera di-

gital como los *videowalls*. Dentro de esta oferta están funcionando muy bien las pantallas de gran formato, sobre todo las de 86 y 98", aunque el objetivo del fabricante es aportar soluciones punteras como las de la tecnología OLED. En este sentido, el responsable de LG señala que hace años que se apostó por esta tecnología, aunque su intención es mejorar el brillo, la durabilidad y el formato. Un ejemplo de esta apuesta es la pantalla transparente con tecnología OLED que "da un nivel de transparencia mejor que la que teníamos con LCD".

El trabajo con MCR se está centrado en dar a conocer esta propuesta y en extenderla entre todos los miembros del canal. "Tiene mucha experiencia y capilaridad y nos está ayudando a implementar la estrategia", subraya González.

Kramer

Kramer Electronics tiene un catálogo compuesto por soluciones de hardware, software



“Hemos tratado de tener el mayor número de soluciones posibles”

y *cloud* para AV. En el apartado del hardware cuenta con 4.000 dispositivos, mientras en el ámbito del software su oferta se centra en soluciones para la gestión y monitorización de redes audiovisuales y soluciones de colaboración inalámbrica.

“Dentro de la parte del *cloud* tenemos nuevas soluciones de IoT, de control, que permi-

ten gestionar la iluminación, el audio, el vídeo y el aire acondicionado dentro de aulas, salas de reuniones y edificios”, explica Pedro Ballesteros, director general de Kramer Electronics en España y Portugal.

Estas soluciones se adaptan al momento de transformación que está experimentando el mercado que está evolucionando desde las redes tradicionales hacia las redes IT y de las infraestructuras *onpremise* a la nube.

Kramer, a través de MCR Pro, se está centrando en las soluciones de colaboración, en el vídeo sobre IP y en las soluciones para el IOT. Este foco, además, le ha permitido seguir cre-

ciendo en 2019, aunque este año el crecimiento tanto del mercado como el de la compañía no ha sido tan elevado como en 2018.

Los proyectos conjuntos se han ejecutado en el sector corporativo, *retail*, sanidad y educación y este trabajo, que Ballesteros califica de “muy duro”, ha dado sus frutos al cumplirse los objetivos que se marcaron a principios de año.

Yamaha

Las soluciones de audio profesional se incorporaron a la oferta el pasado otoño con el objetivo de dar una respuesta a las necesidades del mercado y aprovechar la oportunidad que presenta este ámbito. La elección de Yamaha se basa en su amplio *portfolio* que está integrado por soluciones para proyectos de integración en todo tipo de instalaciones y por dispositivos para las comunicaciones unificadas. La alianza entre ambas compañías permitirá llegar a un mercado que concentra las oportunidades en la “instalación industrial, los even-

tos *corporate* y el teatro”, según indica Manuel Rivera, *sales & marketing manager commercial* audio de Yamaha.

Los primeros pasos de su relación se concretaron en la participación en el MCR Pro Summit 19, ya que la intención de la marca es estar más cerca de los clientes tanto de los de perfil AV como los IT.

“Los objetivos son generar un acercamiento a las soluciones de Yamaha, que abarcan en gran medida el total de necesidades de audio para los mercados AV e IT a través de la experiencia otorgada por MCR”, confirma el responsable de Yamaha.

Relación con sus marcas y el canal

El trabajo conjunto con estas marcas y el con resto de proveedores que integran su oferta AV Pro es constante y está marcando la relación con sus *partners*. Hernández confirma que

“MCR Pro sabe qué necesitamos los fabricantes”

su base de clientes es amplia y se extiende por todo el territorio nacional. A los distribuidores con un perfil de TI les está dando apoyo para entrar en este terreno, pero sus principales cuentas son “audiovisuales 100 %, con un perfil técnico, que tienen muy claro que necesitan su cliente habitual y pueden trabajar en soluciones globales”.

MCR Pro aporta a sus socios todos los recursos y el *know-how* habitual del mayorista, pero, además,



como subraya el responsable de la división mantiene una relación de confianza con los fabricantes, que es la base para el buen comportamiento del negocio. Esta confianza es un aspecto muy valorado por sus proveedores. Ballesteros resalta que es la base de su relación y que el “compromiso por las dos partes ha dado sus frutos”. A lo largo de este año han realizado acciones conjuntas para formar a los *partners* y trasladar las ventajas del programa de canal que les ofrece diferentes recursos y un negocio con márgenes atractivos.

La buena sintonía también se aprecia en su acuerdo con LG que, a su vez, traslada a los integradores. González destaca que la relación con MCR siempre ha sido muy estrecha y con la división profesional sigue la misma línea. Valora especialmente su capilaridad, el perfil técnico de sus profesionales y su amplio conocimiento. “Entiende perfectamente el negocio B2B. Sabe qué necesitamos los fabricantes”, recalca.

La confianza con los fabricantes es la base para el buen comportamiento del negocio

Yamaha confía en MCR para llegar a nuevos clientes y reforzar su presencia en el segmento TI. “Esperamos un mayor acercamiento a los clientes, que se beneficiarán de la calidad de los productos y soluciones de Yamaha y de la posición de MCR, como mayorista de referencia en España, lo que redundará en una mayor penetración en el segmento TI”, recalca Rivera.

Objetivos

La unidad de negocio AV Pro es el motor de la división y MCR apuesta por este negocio para seguir creciendo, ya que el balance de la actividad en este ámbito es positivo.

Con LG se han cumplido los objetivos en 2019 y de cara al futuro se plantean continuar en

una línea similar, impulsando las acciones conjuntas para llegar a nuevas figuras del canal y trabajar en nuevos proyectos. Su propósito es que “sea más sencillo para todos los integradores tener información del producto LG y trabajar en proyectos relevantes”, destaca González.

Los objetivos con Kramer pasan por mantener el apoyo al canal y la misma filosofía de trabajo para “incrementar el nivel de servicio”, según avanza Ballesteros.

Al mismo tiempo, seguirá extendiendo las soluciones de Yamaha entre sus socios y está valorando la ampliación de su cartera de fabricantes para aportar “valor añadido y dar las mejores soluciones a nuestros clientes”, adelanta Hernández.

“Tenemos que ser especialistas en todas las marcas que confían en MCR”

MCR Pro está trabajando para hacerse un hueco en el ámbito profesional con una propuesta que combina productos y servicios. En este apartado, que cuenta con el apoyo de reconocidos fabricantes, destaca la unidad dedicada a las soluciones audiovisuales profesionales.

La unidad AV Pro es el motor de la división, ya que representa el 70 % de facturación. En este terreno está desarrollando numerosos proyectos sobre todo para el sector *retail* y corporativo.

Enrique Hernández, director de MCR Pro, destaca que la división profesional está acaparando todo el esfuerzo de la dirección del mayorista y se ha puesto en marcha con el objetivo de apoyar al canal en sus proyectos. Su intención es consolidar una oferta “con el mayor número de soluciones posibles”, según resalta del directivo y convertirse en un especialista de todos los fabricantes que integra su propuesta.

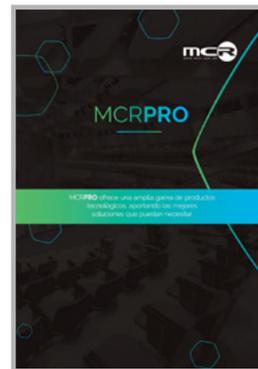


 SOLUCIONES DE MCR PRO 

MCR Pro

El objetivo de MCR Pro es conseguir de forma ágil y flexible la mayor profesionalidad hacia nuestros clientes y sus proyectos. Nuestros valores son mantener y cuidar el cliente mejorando su proceso de negocio y facilitando el acceso a nuevas tecnologías e información. Aportando con las diferentes soluciones tecnológicas el valor añadido que buscamos para nuestros socios del canal.

Ayudamos a nuestros *partners* a desarrollar las soluciones más adecuadas en cada proyecto, con el aporte tecnológico más avanzado del mercado.



Catálogo con las soluciones de MCR Pro

Soluciones con la mejor tecnología para todos los verticales

 **MÁS INFORMACIÓN**



Hechos destacados de 2019



Este encuentro tuvo lugar entre los días 3 y 5 de octubre en las bodegas Marqués de Riscal (Álava), y en el que el mayorista reunió a sus principales clientes con las marcas tecnológicas más influyentes en el segmento audiovisual.

 **MÁS INFORMACIÓN**



Participación en Ferias

BITAM Show 2019

MCR Pro estuvo presente los días 26, 27 y 28 de noviembre BITAM Show 2019, la feria de referencia para el mundo del AV profesional, que se celebró en el Recinto Ferial Casa de Campo de Madrid.

SIMO Educación 2019

La división soluciones profesionales de MCR mostró en la feria las soluciones de colaboración y comunicación que están marcando tendencia en el sector educativo.

 **MÁS INFORMACIÓN**



“MCR entiende perfectamente el negocio B2B”

La relación de MCR y LG se estrechó cuando hace año y medio comenzaron a colaborar en el área AV Pro de la división profesional, ampliando de este modo su histórica relación.

LG ha encontrado en MCR un aliado para llevar al mercado su oferta de pantallas para uso profesional, un segmento que sigue presentado numerosas oportunidades de negocio, como señala Iván González, responsable de ventas de *display* profesional de LG España.

Las pantallas para el entorno corporativo, los *videowalls* y las nuevas soluciones con tecnología OLED como la nueva pantalla transparente están centrando su trabajo conjunto. “Apostamos por la tecnología OLED hace años y nos está funcionando muy bien”, confirma González.

LG está tratando de extender esta propuesta en el canal y para ello cuenta con figuras como MCR que le aportan capilaridad y experiencia.



Iván González, responsable de ventas de display profesional de LG España

i SOLUCIONES DE LG EN MCR PRO 

La confianza, pilar de la relación comercial de Kramer y MCR Pro

Kramer comenzó a trabajar con MCR Pro en el verano de 2018 y en este periodo han consolidado una fructífera relación comercial. “Nuestra relación se basa en la confianza. Era un proyecto que requería una inversión y un compromiso por las dos partes”, confirma Pedro Ballesteros, director general de Kramer Electronics en España y Portugal.

Esta estrecha colaboración les ha permitido cerrar un año 2019 muy positivo, en el que han brillado las soluciones de colaboración, aunque también se han focalizado en las soluciones relacionadas con el Internet de las cosas y el vídeo IP.

El trabajo conjunto les ha permitido impulsar esta oferta en el canal a través de acciones de formación y certificación, desayunos tecnológicos y presentaciones.



i SOLUCIONES DE KRAMER EN MCR PRO 

Yamaha espera impulsar su presencia en el segmento TI con MCR Pro

Yamaha se integró en el portfolio de MCR el pasado otoño con el fin de impulsar la comercialización de soluciones de audio profesional. En su catálogo figuran soluciones diseñadas para proyectos de integración en todo tipo de instalaciones y, gracias al trabajo conjunto con MCR Pro, espera afianzar su propuesta en el canal de integración tanto AV como TI, según confirma Manuel Rivera, *sales & marketing manager commercial audio* de Yamaha.

¿Cómo se encuentra el mercado las soluciones de audio profesional? ¿Dónde se encuentran las mejores oportunidades?

El mercado de audio profesional es uno de los más representativos tanto por la variedad de sistemas como por sus avances tecnológicos, donde cada marca propone soluciones cada vez más innovadoras a la

vez que versátiles y con un alto grado de personalización.

Las oportunidades son diversas y dispares, siendo quizá las más relevantes en la instalación industrial, los eventos *corporate* y el teatro.

¿Qué importancia otorgan al canal de distribución TI?



Manuel Rivera, *sales & marketing manager commercial audio* de Yamaha

Tras la adquisición por Yamaha de la marca Revolabs hace cinco años, se creó una división de

productos orientados al sector de las “comunicaciones unificadas” denominado Yamaha UC, con el que se pretende participar en la previsión de crecimiento a nivel global estimada en 167.000 millones de dólares en 2025, según un informe de Grand View Research.

Desde hace unos meses están comercializando sus soluciones a través de MCR, ¿qué esperan de esta alianza?

Esperamos un mayor acercamiento a los clientes, que se beneficiaran de la calidad de los productos y soluciones de Yamaha y de la posición de MCR, como mayorista de referencia en España, lo que redundará en una mayor penetración en el segmento TI.



¿Qué tipo de acciones conjuntas están ejecutando para impulsar la venta de estos productos en el canal de distribución?

Hemos colaborado con MCR en el evento MCR Pro Summit 19. Nos pareció una acción absolutamente necesaria actualmente, en la que se unieron en un espacio espectacular integradores AV con integradores orientados al mercado IT, participando un elenco de fabricantes del sector AV representativos en la actualidad. Seguiremos realizando acciones conjuntas

¿Qué balance pueden hacer del trabajo conjunto desarrollado hasta el momento?

Estamos en una posición de acercamiento a los integradores AV e IT lo que requiere de un cierto tiempo y consolidación del

desarrollo planteado, pasando por una formación orientada al grupo de fuerza de ventas de MCR para ofrecer una

solución lo suficientemente atractiva para estimular a los integradores y ofrecer un valor añadido en sus integraciones.

¿Qué planes y objetivos conjuntos tiene para el próximo ejercicio?

Los objetivos son generar un acercamiento a las soluciones de Yamaha, que abarcan en gran medida el total de necesidades de audio para mercados AV e IT a través de la experiencia otorgada por MCR, ya que es uno de los principales mayoristas de informática a nivel nacional, que ha sido capaz de adaptarse dentro del mercado IT ofreciendo soluciones adecuadas para cualquier tipo de proyecto.

 SOLUCIONES DE YAMAHA EN MCR PRO

