

ENTREVISTA

Josep Hilari, director de marketing e innovación digital de Ingram Micro

“Me gustaría animar a las empresas a empezar ya mismo con la inteligencia artificial. Es la mayor revolución tecnológica que vamos a ver en los próximos años, con un potencial de cambiar todo lo establecido como nunca antes”



Balance 2022 y objetivos para 2023

El año 2022 ha sido muy positivo para Ingram Micro, a pesar de la incertidumbre económica. Hemos logrado cumplir nuestros objetivos y hemos lanzado importantes novedades al mercado, por lo que estamos muy satisfechos, porque el entorno no ha sido fácil. Nuestras previsiones para 2023 son optimistas, aunque este sector depende de la fortaleza de las empresas y de su capacidad para renovar equipamientos y seguir impulsando su transformación digital. Veremos cómo se comporta el año, aunque parece que lo peor de la inflación ya ha pasado. Si el escenario macroeconómico mejora o, al menos,

se mantiene, nuestras perspectivas serán positivas. Estamos preparados para cualquier escenario.

¿Qué destacaría del año que acabamos de dejar atrás?

Ha sido un año agradulce. Por un lado, hemos dejado atrás la crisis sanitaria, una buena noticia para todos por el impacto positivo que se esperaba en todos los sectores y en la sociedad en su conjunto. Uno de los aprendizajes que nos ha dejado es que la digitalización es imprescindible para superar los retos de un mundo cada vez más incierto. Pero, por otro lado, esa euforia que esperábamos con la mejora de la situación sanitaria

y esa vuelta a la normalidad se ha visto empañada por la guerra de Ucrania y sus derivadas, como la crisis energética, la inflación o una mayor incertidumbre geopolítica. El impacto de estas variables en Ingram Micro no ha sido, por ahora, significativa, ya que partimos de una buena posición de salida y creemos que nuestros productos y servicios siempre son necesarios en un contexto totalmente digital como el actual. Pero no podemos contentarnos con eso, ya que la incertidumbre económica puede llevar a las empresas a recortar sus inversiones, algo que tendría un impacto realmente negativo en ellas y, por ende, también en nosotros.

¿Cómo cree que evolucionará el mercado este año? ¿A qué retos se enfrenta?

Desde el punto de vista de la tecnología, el mayor reto en estos momentos es integrar la inteligencia artificial en las empresas, a todos los niveles. La apertura de la beta de ChatGPT, a finales de 2022, nos ha demostrado lo avanzado que está este sector y lo fácil que es de utilizar. Nos permite ver su enorme y aún desconocido potencial, donde sólo la imaginación parece ser el límite. Las empresas que empiecen a probar esta tecnología desde ya, estarán en una posición ventajosa cuando estos sistemas estén totalmente pulidos y funcionando con normalidad. Pero, como digo, el reto es ver en qué áreas del negocio puede aportar valor, y es ahí donde creo que Ingram Micro puede hacer una importante contribución a las empresas. Nosotros ya utilizamos inteligencia artificial en algunos de nuestros productos y servicios, por lo que ese trabajo previo ya lo hemos hecho, lo que nos ha permitido obtener un conocimiento estratégico que ahora podemos aportar a terceros.

¿Cuáles son las tecnologías que van a marcar tendencia este año?

Sin duda, como digo, la inteligencia artificial y sus derivadas. Cuando se populariza y extiende una tecnología, rápidamente surgen otras tecnologías relacionadas. El mejor ejemplo es internet, cuya popularización dio lugar a las redes sociales, nuevas formas de entretenimiento o diferentes opciones para informarse, estudiar, trabajar, etc. Con la inteligencia artificial va a suceder exactamente lo mismo: su popularización dará lugar a nuevas áreas de negocio que muchas empresas van a poder liderar si desde ya mismo apuestan por investigar y probar con esta tecnología. Y, como



sucede siempre que llega algo nuevo, al principio estamos perdidos, por lo que es importante apoyarse en socios que puedan acelerar esos procesos, como hacemos en Ingram Micro con nuestros clientes. La velocidad es clave para triunfar, sobre todo en un entorno tan competitivo como el actual.

Estas navidades ¿cuáles han sido los productos estrella de su empresa?

Esta campaña de navidad ha venido marcada por cierto enfriamiento de la demanda fruto de la inflación y la coyuntura geopolítica. A pesar de todo esto, Ingram Micro ha sabido encontrar fuertes palancas de crecimiento principalmente en las categorías de movilidad, productos para el hogar conectados y el gaming.

¿Desea añadir alguna cosa más?

Me gustaría animar a las empresas a empezar ya mismo con la inteligencia artificial. Es la mayor revolución tecnológica que vamos a ver en los próximos años, con un potencial de cambiar todo lo establecido como nunca antes. Sólo aquellas empresas que adopten cuanto antes estas herramientas lograrán hacerse

un hueco en los nuevos mercados que van a surgir. Además, podrán ganar eficiencia, sostenibilidad y posibilidades de escalar sus negocios. Es importante formar a los profesionales para que conozcan bien estas herramientas y puedan aprovecharlas en su día a día, ya que las personas van a ser la clave del éxito de la inteligencia artificial, aunque muchos no se lo crean. Por eso nosotros, en Ingram Micro, estamos formando ya a nuestro talento interno, y al que llega a nuestra empresa, para que multipliquen y potencien sus propias capacidades con estas herramientas. Y creo que tenemos mucho que aportar, ya que nosotros mismos hemos hecho ya esa paulatina adopción de herramientas basadas en inteligencia artificial para mejorar nuestro negocio y poder ofrecer mejores servicios a nuestros clientes. No debemos hacer caso a los agoreros que pintan un panorama desolador para las personas por la llegada de esta tecnología. Más bien al contrario: las oportunidades que nos ofrece beneficiarán a las personas si diseñamos desde ya las herramientas para mejorar lo que hacemos.