

El mayorista renueva el diseño de sus oficinas en Barcelona con una vocación mucho más colaborativa



# Xvantage: el ecosistema digital que transforma la estrategia de Ingram Micro

**X**vantage responde a tres plataformas enfocadas cada una de ellas en una pieza de su ecosistema de negocio: clientes (distribuidores), asociados (empleados) y fabricantes. Tres plataformas digitales, conectadas, que reciben un mar de información, al que se inyecta inteligencia artificial para proveer de soluciones al canal y, a través de él, al usuario final. "La clave es aglutinar el ecosistema", apuntó Alberto Pascual, director ejecutivo de Ingram Micro. Se trata, a su juicio, de un modelo disruptivo "que cambia el rol del mayorista".

Una estrategia que tiene un componente ágil y homogéneo a nivel mundial. "Es idéntica en todos los países en los que operamos, con la misma experiencia de usuario", explicó Soler. A finales del pasado año, Xvantage se lanzó en Estados Unidos y en Alemania. En España, en enero se presentaba la plataforma centrada en los empleados y en febrero se puso en marcha un piloto para un grupo reducido de clientes. En la actualidad 7.000 distribuidores ya operan con ella y se prevé que a mediados del mes de abril todos los clientes de Ingram Micro estén integrados en ella. Más del 80 % del negocio web de Ingram Micro ya transacciona a través de Xvantage. "En estas semanas de migración se ha incrementado en más de un 20 % el número de

Empeñado en que la evolución del papel del mayorista no cese, Ingram Micro ha construido Xvantage, un ecosistema conformado por tres plataformas que encajan como engrasado puzzle, para agilizar y hacer crecer el negocio de su ecosistema, con la inyección de la inteligencia artificial como elemento esencial. "Xvantage es el gemelo digital de Ingram Micro", señaló Jaime Soler, vicepresidente y *country chief executive Iberia* del mayorista. Se trata de una conversión a una empresa de plataforma que "nos va a permitir revolucionar la industria".

Marilés de Pedro

transacciones", desveló Jordi Gómez, *IT & ecommerce manager* en Ingram Micro. "Estamos muy contentos con la acogida entre nuestros clientes".

### Pilares de Xvantage

Estibalitz García de Salazar, *business operations & purchasing control manager* en Ingram Micro España, recordó la tarea, esencial, del mayorista de proveer a los distribuidores de soluciones disruptivas y sostenibles en un entorno cada vez más globalizado y complejo. "Estamos transitando de la era del *ecommerce* a la era del ecosistema".

La inteligencia artificial es la pieza clave en este modelo de plataforma que

## Xvantage responde a tres plataformas enfocadas cada una de ellas en una pieza del ecosistema de negocio: clientes (distribuidores), asociados (empleados) y fabricantes

ha conformado Ingram Micro, que va a permitir manejar de manera mucho más eficiente todos los datos que maneja el mayorista. "Es lo que nos va a permitir revolucionar el canal de distribución, haciendo realidad su digitalización". Se trata de un enfoque basado en el cliente, al que se escucha para evolucionar Xvantage, lo que incluye una estrategia de generación de demanda.

Se trata de 3 plataformas, nativas en la nube, interconectadas, con la flexi-

bilidad suficiente para pivotar de un negocio a otro, y escalables. "Tenemos la posibilidad de abrazar un modelo de *marketplace* y de integrar modelos de suscripción, lo que exige que la gestión de la información que

hay en Xvantage sea exquisita", enumeró. Una información que puede ofrecerse basada en segmentación y *deep learning* para que pueda ser utilizada por los distribuidores y proveedores de Ingram Micro para que accedan a lo que les interese. "La inteligencia artificial y el *machine learning* permiten

### Nuevo diseño de las oficinas

Esta estrategia de Ingram Micro, donde la colaboración tiene aún más importancia, es la razón principal que ha motivado el nuevo diseño de las oficinas de Ingram Micro en Barcelona, con nuevos espacios colaborativos y de reuniones, y áreas productivas para servir al modelo híbrido que se ha instaurado. Un diseño que cuenta con la mejor tecnología que hay disponible en el mercado en pantallas y soluciones de colaboración empresarial. "La oficina desempeña ahora un papel distinto ya que los empleados exigen usos diferentes", explicó Alex Rincón, gerente de la unidad de negocio Pro AV & UCC de Ingram Micro España. Una oficina que despliega su valor hacia dos vertientes: el empleado y el canal. Como transmisor de tecnología y de soluciones, el mayorista va a aprovechar este equipamiento de la oficina para ponerlo en manos de sus distribuidores para que puedan hacer demostraciones y disfrutar de la mejor experiencia de uso. "Somos tecnología", insistió. "Debemos ser la referencia en el mercado de cómo la tecnología se mueve hacia dónde deseamos". Ingram Micro llevará a cabo eventos y jornadas específicas para mostrar la tecnología al canal de distribución y, a través de él, a clientes finales.

La oficina cuenta con un enorme espacio "social", que comprende cuatro diferentes zonas, con distintos tipos de paneles y soluciones de colaboración. "Hemos diseñado

espacios donde es posible observar tecnología de diferentes fabricantes para conformar el espacio", explica. La reina de cada zona es una pantalla, con tamaños de diodos diferentes, para mostrar a los distribuidores las prestaciones de tecnologías distintas. Junto a ella se despliegan micrófonos, soluciones de videoconferencia, conexiones inalámbricas, barras de sonido, etc.

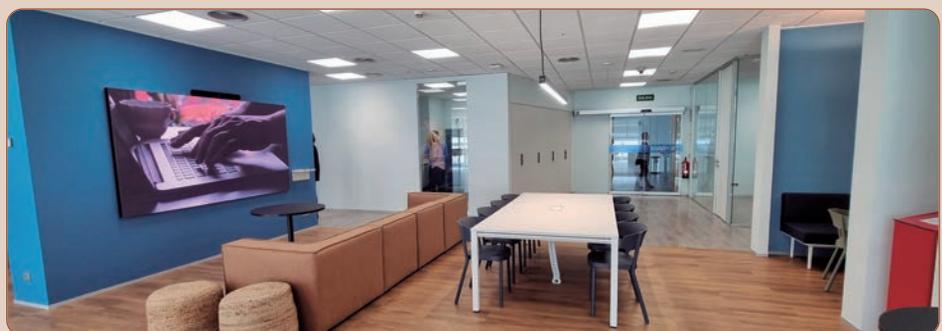
Es posible ver soluciones de marcas como Samsung, LG, Nec, Sony, Poly, Barco, Jabra, Logitech o Philips. "Buscábamos visibilidad y experiencia de uso".

Junto a este epicentro "social", se ha diseñado un área operativa para permitir a los empleados el trabajo híbrido, asegurando la productividad. Se cuenta además con 14 salas, de diferentes tamaños, para que los empleados disfruten de pequeños espacios de trabajo y puedan organizar distintos tipos de reuniones. También hay un espacio abierto, que cuenta con un monitor inter-

activo de la marca propia de Ingram Micro, V7, para simular un aula; y un área, para impartir formación, presidida por una pantalla modular de 146", con alta protección y capacidad táctil.

En el espacio más tradicional, que cuenta con puestos de trabajo, se han desplegado monitores pensados para el área de la Cartería digital, para dar información interna a los empleados. Marta Alexandre, directora de Recursos Humanos de Ingram Micro Iberia, resaltó su papel, esencial, en la nueva estrategia del mayorista. "Son el corazón de la compañía", recordó. En España el mayorista cuenta con 457 empleados (250 en Barcelona), el 53 % de ellos mujeres, aunque solo representan el 33 % de los roles de *managers*. Uno de los retos es elevar este porcentaje para igualarlo al que exhiben en la totalidad de la empresa.

Las oficinas de Madrid también se transformarán, con idéntico diseño, para ofrecer las mismas prestaciones de colaboración.



## EN PROFUNDIDAD

la personalización y la segmentación para incrementar la productividad del canal".

García de Salazar apuntó también a la inclusión de motores autónomos que permiten la automatización para mejorar la eficiencia de los empleados de Ingram Micro que "se centrarán, por tanto, en crear mayor valor a los clientes". Con Xvantage, clientes, empleados y fabricantes, "desde un único punto de acceso, van a poder gestionar su día a día de una manera más eficiente e inteligente", insistió. Se trata de "una experiencia mucho más personalizada, con un aprendizaje continuo, con una mayor cercanía con Ingram Micro, para la creación y comercialización de soluciones mucho más completas".

García de Salazar insistió en que no se trata de un ecommerce. "Es posible, por ejemplo, para el distribuidor, gestionar el negocio desde un único lugar: no solo las tramitaciones de pedidos y acceso a todas las soluciones, también cotizaciones, herramientas para generar demanda y formación para potenciar la comercialización, materiales de marketing, sustituciones e incluso el crédito". Por último, es clave recoger las opiniones y necesidades de los usuarios. "Es el camino para que Xvantage evolucione y que podamos adaptarnos a los cambios del mercado".

Jaime Soler señaló que el objetivo último es generar más negocio e insistió en la revolución que esto va a suponer en el mar del canal. "Un cambio de este tipo solo lo puede llevar a cabo un mayorista. Ni las marcas, cautivas de su propia tecnología, ni los distribuidores, por su vertiente competitiva, pueden hacerlo. Nuestra neutralidad y nuestra función de agregadores nos lo permite". El reto es que "la totalidad de la transacción de las soluciones se canalice a través de Xvantage". Pascual destacó la escalabilidad. "En el lado de las marcas, será más fácil agregar a más proveedores", previó. Se trata, en definitiva, de un escaparate para el ecosistema de Ingram Micro ya que también será posible que estén accesibles "las soluciones y servicios de nuestros distribuidores".

### Las soluciones, claves

El foco en el desarrollo de soluciones es pieza esencial de la estrategia. Según IDC en 2025 el 30 % del gasto en tecnología se hará en torno a soluciones multifabricante habilitadas por plataformas digitales. La consultora asegura que los distribuidores se encuentran en una posición única para ofrecer valor a los proveedores y a los clientes finales. "Todo se está acelerando



**Hacemos Realidad la Promesa de la Tecnología**

- Transformación del modelo de negocio.
- ¿Por qué en este momento?
- Venta de Soluciones.
- Negocio de Plataforma.
- Capacidad de adquirir nuevas habilidades.

Foco en Soluciones

IN GRAM

Estrategia Digital (Xvantage)

Excelencia del equipo humano

**Jaime Soler,**  
vicepresidente y country chief executive Iberia del mayorista

“Un cambio de este tipo solo lo puede llevar a cabo un mayorista. Nuestra neutralidad y nuestra función de agregadores nos lo permite”

y la convergencia tecnológica está transformando las empresas, la economía y nuestras vidas. De ahí la importancia de la solución para adaptarnos rápidamente a estos cambios", recordó Alberto Pascual.

Más de 200 marcas conforman la oferta de Ingram Micro que comercializan más de 10.000 distribuidores. "Con nuestro modelo estamos democratizando la tecnología", reivindicó. La construcción de soluciones es cada vez más compleja pero, para el usuario, "la tecnología debe observarse sencilla". Se trata de soluciones prepaquetizadas, de despliegue rápido, que "ponemos al servicio de las pymes para que estas tengan acceso a la misma tecnología que las grandes empresas. Y con la posibilidad de consumirlo en un modelo de pago por uso".

### Optimismo

Soler cree que el mercado español de las TI tendrá este año un buen comportamiento. "La transformación digital no se puede parar porque las empresas deben mantener su competitividad", recordó. El mercado del valor

en España ha crecido más de un 20 % según la consultora Context en los dos primeros meses en España.

La oportunidad que representan los fondos NextGenerationEU, apenas ejecutados, suponen una vía de desarrollo, sobre todo en el área de la empresa. Alberto Pascual recordó el cambio de tendencia que ha provocado la pandemia con inversiones con un componente local, como la industria 4.0, "lo que supone una oportunidad en España". Por último, hay empresas que se han dado cuenta de que, gracias a la tecnología, su mercado puede ser global. "Esta tendencia se ha popularizado, lo que va a ser otra palanca de crecimiento para el sector".