

La trigésima edición del Congreso cerró con cifras récord



Aforo completo en ASLAN2023

Más de 125 expositores, 150 portavoces en las conferencias y charlas en las "esquinas" tecnológicas, y la participación de más de 7.500 profesionales son las cifras que pintaron la trigésima edición del congreso ASLAN. Una alta asistencia que, en varios momentos de la primera jornada, hizo necesario controlar el aforo, que se marcaba como completo. Fabricantes y mayoristas valoran, de manera muy positiva, el congreso.

Marilés de Pedro

Presencia mayorista

José Ramón Crespo, director general de Towers IT, cree que en la consolidación del evento, tras estas tres décadas, tiene mucho que ver el enorme salto que ha dado la economía española en temas de digitalización. "El teletrabajo y la ciberseguridad han experimentado un cambio cultural increíble y ahora, con la aportación de los fondos europeos, tanto las Administraciones Públicas como las grandes empresas y las pymes están decididas a avanzar en dicha digitalización".

En esta concienciación digital incide también Carmen Martínez, *marketing manager* de MCR. "Ferias como ASLAN ayudan a dar a conocer las ventajas de la digitalización y cómo puede ayudar a impulsar la productividad y eficiencia",

"Si no estás en ASLAN, no existes"

explica. "Este año se ha logrado aglutinar más soluciones, consiguiendo una mayor transversalidad", valora. A pesar de la incertidumbre generada por la situación socioeconómica, en

ASLAN "ha quedado demostrada la resistencia y el optimismo de la industria tecnológica ya que nuestro mercado sigue prosperando".

Alberto Pascual, director ejecutivo de Ingram Micro, apunta a la diversidad del ecosistema que aglutina la asociación como la clave fundamental del éxito. En 2023 "se ha alcanzado cifra récord de socios", lo que ha permitido ofrecer al visitante la mayor variedad de proveedores de soluciones en los cinco ámbitos del espectro tecnológico: gestión de datos, ciberseguridad, puesto de trabajo digital, centro de datos *cloud* y redes inteligentes. "Era posible identificar más de 500 soluciones tecnológicas", contabiliza. El rol de agregador de soluciones del mayorista proporciona al visitante un punto único de contacto. "Actuamos como consultores para ayudar a los asistentes a confeccionar el recorrido por la exposición más adecuado para su tipología de negocio".

Pascual explica que el evento, que ha estado muy identificado durante algunos años como un congreso para el sector público, está de-



mostrando una capacidad creciente para atraer al sector privado. "Los coloquios con los CIO están sirviendo de guía para que las pymes identifiquen las tendencias y las herramientas competitivas que estos gigantes utilizan y, con la ayuda del canal, accedan a esas mismas aplicaciones".

Ana Rueda, directora de marketing de Dakel, recuerda que el visitante profesional que visita ASLAN no busca un producto concreto de un fabricante. "Quiere mejorar su infraestructura TI o la de sus clientes; lo que solo se consigue con la sinergia de distintas tecnologías, lo que señala el papel del mayorista:

ofrecemos una solución global compuesta por tecnologías disruptivas y de futuro".

El crecimiento del mercado de la ciberseguridad explica, a juicio de José Manuel Medina, director de desarrollo

de negocio de Exclusive Networks Iberia, el éxito de la feria. "Empresas y consumidores son cada vez más conscientes de las ciberamenazas y sus riesgos, por lo que han aumentado las inversiones en seguridad", recuerda. Además, gobiernos y agencias reguladoras están promoviendo la adopción de mejores prácticas de seguridad, estableciendo requisitos cada vez más estrictos en materia de cumplimiento, lo que "impulsa la demanda de soluciones para lograr cumplir las normativas exigidas". Medina aseguró que el congreso les ha permitido fortalecer conexiones y crear nuevas relaciones comerciales. "Se ha posicionado como un punto de encuentro para

establecer conexiones valiosas que ayudan a impulsar el negocio".

Daniel Valenzuela, CEO de Zaltor, asegura que son los mayoristas los que más invitaciones mueven en la feria. "No sirve para presentar novedades sino para mejorar las relaciones con los clientes y mantener un contacto personal que, de otra manera, es más difícil". A su juicio, se ha recuperado el ritmo de las ediciones anteriores a la pandemia. "La asistencia de público ha sido continuada y todas las conversaciones han sido muy profesionales".

Corroborra Santiago Méndez, *director senior* de

"No es solo un evento de marketing sino un lugar de reunión con la industria"

Advanced Solutions TD Synnex Iberia, su carácter de punto de referencia y de encuentro. "Representa a toda la cadena de tecnología", valora. "Cada vez la asistencia es más numerosa. Esperemos que siga este camino en las próximas ediciones".

Es un encuentro en el que los mayoristas deben estar. Es lo que cree Jorge Puerta, director comercial para España en Ingecom. "Aglutina a los principales mayoristas del sector", insiste. La buena asistencia es reflejo de que el público objetivo, en este caso el sector TIC, "atraviesa una etapa de dinamismo, lo que siempre redundará en generación de negocio".

También desde Flytech apelan al carácter de

ASLAN, "enfocado en la transformación digital de todo tipo de empresas", como cita obligatoria para los mayoristas tecnológicos de España. "Se ha creado una audiencia fiel y específica, tanto para las empresas expositoras como para los ponentes especializados", señalan fuentes de la compañía, que ya cuenta con 35 años de recorrido en un "sector cambiante".

Seguridad

El segmento de la ciberseguridad se constituye en núcleo duro de la feria y de la asociación. Guillermo Fernández, *manager sales engineering Iberia* en WatchGuard, señala, como factor clave, su carácter profesional. "Sigue manteniendo su esencia y el objetivo con que fue pensada, hace ya 30 años", opina. "En cada edición innova y sabe evolucionar acorde con las tendencias del mercado y los avances en los distintos ámbitos de la tecnología". Entre ellos, el que sirve WatchGuard: la ciberseguridad. "La creciente preocupación en torno a las ciberamenazas y las brechas de datos, la mayor adopción de la nube, los dispositivos móviles y otras tecnologías que requieren soluciones de seguridad avanzadas, así como la necesidad de que las empresas cumplan los requisitos y normativas, como el Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), son los factores que se suman a esta necesidad de

mantener la protección de los sistemas e infraestructuras". A su juicio, ASLAN actúa como altavoz para los fabricantes. "Es un buen escaparate para la tecnología en general y para la ciberseguridad en particular".

El evento congrega diferentes perfiles de asistentes y permite acceder a una gran cantidad de información. Carlos Tortosa, responsable de grandes cuentas en ESET España, explica que la asociación @aslan ha fomentado las actividades de divulgación, "no solo al exterior con las Administraciones Públicas y con empresas demandantes de tecnología, sino también en la interacción de los socios". Las empresas ligadas a la ciberseguridad, recuerda, suponen más del 50 % de los socios.

"Si no estás en ASLAN, no existes", enfatiza Sergio Martínez, *country manager* de SonicWall Iberia. "Se ha convertido en la gran cita del sector, en la que fabricantes, mayoristas e in-

Las redes...

"Es excelente ver que el mercado recupera el momento de energía que se había debilitado en los tiempos de pandemia y la afluencia al congreso ha sido una muestra de ello", valora Maurice Dini, nuevo *regional sales manager* para el Mediterráneo de Cambium Networks. En el caso concreto del proveedor, la edición ha sido de gran valor "aportando grandes oportunidades de negocio".

Juan Sanz, *director sales distribution* de TP-Link España, cree que el mercado de IT requiere un encuentro de las principales figuras de valor, fabricantes, mayoristas y *partners*. "Aunque han ido aflojando eventos especializados y orientados a mercados verticales, ninguno tiene este carácter generalista que acoge desde *cloud* hasta *networking* pasando por nuevas tecnologías, SaaS, etc.". El balance particular lo califica de excelente. "Hemos recibido a *partners* de toda la geografía española, así como a primeras espadas del mercado, figuras *top* de la distribución a todos los niveles. Hemos podido cerrar operaciones y otras, que debe-

mos analizar; y hemos recopilado proyectos en los que trabajaremos a lo largo de las próximas semanas conjuntamente con los clientes".

De imprescindible califica Alfredo García, director de la división de Corporate y Data Center de Grupo Aire la asistencia a ASLAN. "Es el punto de encuentro de numerosos expertos en las diferentes áreas del negocio con las que dan respuesta a las necesidades de las pymes y de las grandes empresas". Una cita especializada en innovación digital "con la que poder abordar aspectos claves que quizás en otras circunstancias no serían posibles".

Lidia García, directora de marketing del sur de EMEA de Extreme Networks, explica que en los últimos años se están haciendo esfuerzos para atraer al usuario final corporativo, tanto en el planteamiento global de la feria como en el formato y en la difusión que se hace del congreso, "que cada vez es más conocido y reconocido por los CIO y los CEO".

tegradores discutimos sobre la evolución del negocio y las tendencias más importantes". Es la única feria "en la que está presente toda la cadena de valor del sector TIC". Aunque parecía complicado batir a la edición pasada, "el balance es muy positivo".

Luis Fisas, director de Bitdefender para el sur de Europa, asegura que ya no queda ningún evento en España que reúna a los *partners* y a los profesionales de la industria TIC. "ASLAN está cubriendo esta necesidad y ha sabido concentrarse en el segmento de la ciberseguridad". Fisas explica que es un buen formato, que mantiene unos presupuestos asequibles, lo que hace posible la asistencia de muchos fabricantes. "La labor de "lobby" de la asociación es punto de influencia. No es solo un evento de marketing sino un lugar de reunión con la industria". En su caso particular, este año han triplicado los contactos. "Hemos recabado mucha información de nuestros *partners*. La acogida que hemos tenido y la cantidad de peticiones de información nos auguran un buen año".

También es muy positiva la valoración de Félix de la Fuente, *country manager de Iberia, Italy & LATAM* de Hornetsecurity, que reconoce que han mejorado los resultados de la edición anterior "en cuanto a un mayor número de contactos con perfiles de interés". Se ha producido "un notable incremento de la asistencia".

llaría Vivi, *PR & communication manager* de Syneto, destaca que el evento se torna en una valiosa oportunidad para reunirse. "El mayor valor es la posibilidad de establecer contactos".

Proveedores con especialización

En el *stand* de Virtual Cable, los profesionales que lo visitaron mostraron su interés, especialmente, por la ciberseguridad, la sostenibilidad y el ahorro de costes. Una lista que se completa con "la posibilidad de crear sistemas de virtualización del puesto de trabajo híbridos, que permiten combinar escritorios virtuales Windows y Linux alojados *on premise* con desbordamientos inteligentes y automáticos en cualquier plataforma *cloud*, incluyendo las de los grandes hiperescalares como AWS, Azure o Huawei Cloud", explica Fernando Feliu, *executive managing director* de la compañía.

El balance es muy positivo. "Hemos presentado las capacidades avanzadas de ciberseguridad y *muticloud* que hemos incorporado a UDS Enterprise 3.6, la nueva versión de nuestra solución para digitalizar los puestos de trabajo", valora. "Con funcionalidades como la autenticación multifactor y las configuraciones Zero Trust nativas".

José Antonio Fernández, *cloud services business development & solutions manager* de HPE, reconoce que el evento ha conseguido

"ser aglutinador de la mayoría de los proveedores tecnológicos y de los servicios que tienen que aportar en las megatendencias actuales (*cloud*, *edge* y *data*) que direccionan la transformación digital de cualquier tamaño y especialización".

El aumento del interés en torno a la ciberseguridad y los servicios derivados de los nuevos modelos de trabajo híbridos, que han generado riesgos que se deben identificar y minimizar, ha arrastrado a las empresas a ASLAN. "La gran variedad de formas de trabajo requieren que se garantice una correcta gestión del usuario, del dato y del dispositivo, independientemente de donde se encuentre; lo que está provocando una mayor necesidad de disponer de soluciones de gestión basadas en la nube, y servicios asociados", explica Melchor Sanz, CTO de HP Iberia.

Áreas para la mejora

El balance, unánimemente positivo, incluye también áreas de mejora. La más repetida, sin duda, es buscar una vía para solucionar los excesos de aforo, lo que abre el debate a un posible cambio de ubicación. Carlos Tortosa, que insiste en la alta asistencia y en la calidad de la misma, reconoce la complejidad en buscar una solución para dar respuesta al incremento de los visitantes y de los expositores. "Quizá sería momento de valorar su ubicación en algún otro

espacio ya que el control de asistencia lleva dos años dando dolores de cabeza tanto a expositores como a la organización, dado que se producen momentos de cierre del acceso que va en detrimento de los stands". Además, añade que el primer día de exposición se produjo una reducción de asistentes por la tarde debido principalmente a que la organización no proporcionaba un servicio similar al de comida. "Son detalles que la organización conoce y que estamos seguros de que tomará medidas para la mejora".

En parecidos términos se manifiestan, por ejemplo, Luis Fisas, que asegura que le preocupa que ASLAN "muera de éxito" y que se tenga que limitar la entrada debido a que se supera el aforo. "Quizá sea el momento de estudiar otra localización o la ampliación de la actual", corrobora. También Fernando Feliu. "Su éxito ha puesto encima de la mesa el cambio de ubicación a un recinto con más capacidad para acoger a una mayor cantidad de visitantes".

que hay que buscar fórmulas para conseguir una mayor participación en el evento de las empresas privadas, tanto grandes compañías como pymes. Un objetivo al que también se refieren Santiago Méndez o Lidia García. "Hay que seguir trabajando para atraer al usuario final corporativo ya que es el que aporta valor a la feria y a las empresas que acudimos a la misma", remata la responsable de marketing de Extreme Networks. También hay que ampliar la procedencia. Daniel Valenzuela se refiere a que habría que "inventar" algo para que "los clientes más alejados de Madrid acudieran en más número al evento". Calcula que en torno al 70% de los asistentes son de Madrid y alrededores.

Guillermo Fernández señala que el tiempo de las conferencias resulta insuficiente. "La complejidad de algunos temas hace que sea necesario poner en contexto la temática para que los asistentes puedan comprender mejor a qué problemática se enfrentan, cómo pueden resol-

“Aunque han ido aflorando eventos especializados y orientados a mercados verticales, ninguno tiene este carácter generalista”

También desde Flytech. "La zona de expositores cada vez es mayor y, consecuentemente, las medidas de seguridad se amplían. Este año, como en el anterior, se vivió un lleno absoluto que obligó a la organización a limitar el acceso, hecho que no a todo el mundo gusta. Si el congreso sigue en esta línea, habría que buscar una localización mayor".

Al ser el Palacio Municipal de Congresos de Madrid un entorno privilegiado por accesibilidad, luminosidad o diversidad de espacios, Alberto Pascual apuesta por mantenerlo, "pero extendiendo la exposición por el edificio y regulando el tráfico para evitar las aglomeraciones".

Ampliar el perfil de los visitantes es otro apartado para la mejora. José Ramón Crespo cree

verla, qué consecuencias puede acarrear, etc.". José Antonio Fernández alude a que, en pocos días y en poco espacio, se ha intentado dar cabida a muchas temáticas, debates y exposiciones; lo que unido a la alta asistencia "puede suceder que haya sobrecarga". Por ello, cree que se debería adecuar "la planificación temporal y aumentar el espacio".

Ana Rueda se refiere a un mejor diseño de la zona de exposición. "Al ser un evento que reúne a fabricantes y tecnologías muy dispares, sería interesante agrupar los expositores por solución o tecnología. Así sería más fácil el encuentro entre el visitante interesado y el expositor". 

ASLAN
aslan.es

