

Los socios comerciales de IBM que apuestan por las nuevas áreas, como el big data o las tecnologías analíticas, están creciendo cinco veces más que la media

Madrid - 05 mar 2014: IBM ha celebrado en Madrid su XVIII Conferencia Nacional de Business Partners. Cerca de 300 representantes de la red de socios comerciales de la Compañía han participado en esta nueva edición, que bajo el lema “Nuevos mercados. Nuevos modelos de negocio” ha servido de punto de encuentro para compartir estrategias, analizar la evolución de los modelos de negocio y establecer contactos con socios comerciales, colaboradores, integradores, desarrolladores y proveedores de servicios.

El objetivo es identificar nuevas líneas de colaboración con el canal que ayuden a aprovechar de forma conjunta la oportunidad que representan las nuevas tendencias en tecnologías sociales, cloud, movilidad, analítica y seguridad, así como poner a su disposición formas de hacer negocio relacionadas con los nuevos modelos de utilizar y provisionar la tecnología.

La edición de este año ha contado además con la colaboración de Arrow, GTI y TechData.

Marta Martínez Alonso, presidenta de IBM para España, Portugal, Grecia e Israel, abrió el evento haciendo un análisis de la estrategia actual de IBM y la oportunidad de un negocio en transformación, en el que el ecosistema y la colaboración con los socios comerciales será más importante que nunca. “Posiblemente nunca antes se había producido en nuestro sector una concentración igual de tendencias y capacidades tecnológicas con tanto poder transformador. Por eso, hemos decidido dar un impulso a nuestra estrategia de crecimiento para enfocarnos en tres pilares clave que nos permitan aprovechar la oportunidad abierta por los tres procesos de transformación más importantes de nuestra industria: los datos, las tecnologías cloud y lo que hemos denominado, “systems of engagement”, la reinención de los sistemas de interrelación con clientes, socios y empleados que genera el mundo digital”

“Los últimos anuncios que hemos hecho, como la creación de la división IBM Watson Group o la inversión de más de 1.200 millones de dólares en cloud, son una clara expresión de la fortaleza y determinación con que vamos a liderar este nuevo tiempo de nuestra industria. Pero en toda esta transformación, la colaboración con nuestros socios comerciales es un elemento de vital importancia”, ha añadido Marta Martínez. “A nivel mundial, los socios comerciales que están apostando por las nuevas áreas, como big data o analítica, están creciendo 5 veces más que la media y no hay duda de que el éxito va a depender de si sabemos ayudar a los clientes a emprender este camino de transformación tecnológica”.

Por su parte, Iñigo Osoro, director de canal de IBM España, Portugal, Grecia e Israel, habló de la situación actual y de la estrategia que la Compañía mantendrá con el canal en 2014.

El 2013 ha sido un año de transformación, protagonizado por la consolidación de las nuevas tendencias tecnológicas y por un nuevo tipo de cliente o interlocutor en las empresas. Gracias al interés demostrado por los business partners en la formación permanente, en 2013 se han realizado más de 3.200 certificaciones, un 11% más que en 2012, y se ha hecho un esfuerzo muy importante en acciones de co-marketing. La Compañía cuenta ya con casi un centenar de profesionales dedicados al canal y ha ampliado su red de socios comerciales respecto al año anterior, alcanzando una cifra de más de 650. Por otro lado, más de 6.300 clientes han comprado a través del canal de IBM en España.

Tenemos que seguir trabajando en un mercado que cuenta con un nuevo tipo de cliente, con nuevas preocupaciones y retos. “En 2014 nuestra estrategia de canal tendrá como principal objetivo simplificar la experiencia de trabajar con IBM y su oferta de software, sistemas y servicios. Para ello trabajaremos en torno a tres áreas: alcanzar mercados más amplios, aumentar los ingresos en áreas de alto valor y abordar nuevos modelos de negocio”, ha añadido Iñigo Osoro.

Iñigo Osoro comentó también las herramientas necesarias para lograr esta transformación en 2014, resumidas en seis áreas: invertir en formación, aprovechar la experiencia de IBM para diferenciarse y aportar valor al mercado (innovación), soporte preventa, refuerzo de los programas y herramientas de marketing, impulsar las tecnologías sociales y seguir trabajando en un completo programa de incentivos para el canal.

Nuevos mercados y nuevos modelos

IBM ha querido que los socios comerciales pudieran conocer de la mano de sus principales directivos algunas de las apuestas tecnológicas y de investigación de la Compañía para seguir contando con la oferta más completa de software, middleware, hardware y servicios. Diego Segre, vicepresidente de la división de Software; Javier Valencia, vicepresidente de la división de Sistemas y Tecnología; Antonio Lubrano, director General de Global Technology Services; Luis Gutiérrez-Jodra, director de la división de financiación; y Nieves Delgado, vicepresidenta Enterprise y Midmarket de IBM, compartieron con todos los asistentes las grandes áreas de oportunidad y crecimiento de cara a 2014:

- Nuevas soluciones para un mundo social y digital (Diego Segre, vicepresidente de la división de Software de IBM). La vida es ahora más digital que nunca. El 67% de los clientes quieren utilizar sus dispositivos móviles para realizar transacciones comerciales y un 33% de los datos de los consumidores se almacenarán en cloud en el año 2016. IBM tiene la oportunidad y el reto de contribuir a esta transformación a través de la reinversión de los procesos y la digitalización del denominado front-office. El objetivo es conseguir organizaciones globalmente integradas, que sean más eficientes, y apostar por la digitalización del front-office reinventando el modo en que la gente se conecta, realiza transacciones y se compromete con empresas, instituciones y gobiernos.-

- Smarter Computing: la infraestructura que marca la diferencia (Javier Valencia, vicepresidente de la

división de Sistemas y Tecnología de IBM). Nos encontramos en una nueva era de la informática, la de la “computación inteligente”, que está caracterizada por un espectacular crecimiento de los datos y por el desarrollo de potentes tecnologías cada vez más asequibles y accesibles. El mercado demanda una amplia oferta de sistemas, desde aquellos que permiten realizar aplicaciones analíticas hasta los necesarios para trabajar en “la nube”. Las nuevas infraestructuras tecnológicas del modelo Smarter Computing han sido diseñadas para ayudar a las empresas a afrontar el imparable crecimiento de la información en sus organizaciones y mejorar su análisis para tomar decisiones más informadas.

- Más allá de la nube, soluciones tangibles (Antonio Lubrano, director General de Global Technology Services). Según Gartner, el 75% de las grandes empresas esperan implantar modelos de cloud híbrido en el 2015. IBM es el partner de referencia por su sólida apuesta por cloud. Desde el año 2007 la Compañía ha invertido más de 7.000 millones de dólares en adquisiciones de empresas relacionadas con cloud, tiene 40 centros de datos en 15 países y cinco continentes y en 2014 prevé invertir más de 1.200 millones de dólares en este mercado. IBM tiene un conjunto inigualable de capacidades para la nube que complementan de manera flexible las capacidades de sus partners. El objetivo es ofrecer soluciones que incrementen el valor añadido, complementando la oferta al cliente final y dando una mejor respuesta a sus necesidades.

- Nuevo modelo de aproximación al mercado (Nieves Delgado, vicepresidenta Enterprise y Midmarket de IBM). IBM quiere cambiar su modelo de aproximación al mercado simplificando su estructura y proporcionando un mayor valor añadido. El objetivo es llegar a tres segmentos clave: “Industria”, donde se pretende dar cobertura adaptada a los clientes; “Enterprise”, donde se busca integrar el equipo de IBM en torno al mercado; y “Midmarket”, donde se trata de llegar a nuevos mercados a través de los partners.

Soluciones de financiación para los nuevos modelos estratégicos

Según los últimos estudios de mercado, el acceso a capital sigue siendo difícil y la disponibilidad de financiación afecta a la elección del proveedor de TI. Para Luis Gutiérrez-Jodra, director de IBM Global Financing —división de financiación de la Compañía—. IBM ofrece todo tipo de opciones de financiación para que las empresas puedan adquirir la solución completa de hardware, software y servicios con tarifas competitivas, planes de pago a medida que ayuden a diferir los costes en el tiempo, programas flexibles para la adquisición de soluciones IBM MobileFirst y dispositivos móviles o soluciones de renovación tecnológica y gestión del ciclo de vida de TI que reducen el coste asociado a la infraestructura.

En 2013, el porcentaje de operaciones aprobadas en España fue de un 68%. El año pasado la Compañía lanzó también una innovadora aplicación móvil de financiación tecnológica, que permite iniciar la gestión de un plan de financiación y conocer las cotizaciones del mismo en cuestión de minutos y desde cualquier lugar.

Clausura y entrega de los Premios XVIII CNBP

Iñigo Osoro, director de canal de IBM España, Portugal, Grecia e Israel y encargado de cerrar el evento, agradeció en su intervención a todos los asistentes el trabajo llevado a cabo durante 2013. En la entrega de los premios que reconocen la contribución de los business partners de la Compañía en el impulso de la innovación, participaron Luis Roca, vicepresidente Enterprise West, Diego Segre, vicepresidente de la división de Software; Javier Valencia, vicepresidente de la división de Sistemas y Tecnología; Antonio Lubrano, director General de Global Technology Services; Luis Gutiérrez-Jodra, director de la división de financiación; y Nieves Delgado, vicepresidenta Enterprise y Midmarket de IBM.

Entre los premiados están las siguientes empresas: Sothis, Informática El Corte Inglés, Deloitte Consulting, Sia (Sistemas Informáticos Abiertos), Antisa y ServeisWeb en la categoría de “Ventas”; Logicalis en la categoría de “Excelencia Técnica”; Saytel, Inforges, Registro y BT Global Services Spain en la categoría de “Innovación”; Grupo Seidor en la categoría de “Financiación” e Ibermática en la categoría de “Excelencia en Marketing Social”. Asimismo se entregó el premio especial en reconocimiento a 30 años de trabajo con IBM a Micro-Blanc.

Datos de contacto:

IBM

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Telecomunicaciones E-Commerce Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>