



JOAQUÍN POTEL, DIRECTOR GENERAL DE SOFTWAREONE EN ESPAÑA

“Muchas empresas han ido al cloud con faldas y a lo loco”

«Hace dos años SoftwareONE adquirió Comparex conformando una organización con el doble de recursos centrada en la gestión y transformación del modelo del software en la nube y los servicios gestionados. Su responsable en España, Joaquín Potel, explica cómo su compañía aspira a liderar la nueva ola de software empresarial con una oferta diversificada y un modelo de operación bien engrasado.

Vayamos a las raíces, hábleme de Comparex.

La adquisición por parte de SoftwareONE de Comparex mete a la compañía en un cambio de escala total ya que prácticamente duplica tamaño. La integración de ambas firmas ha supuesto un incremento muy importante en el volumen de negocio. Ha sido un punto de inflexión y nos hemos integrado en equipos de gestión con gente procedente de dos mundos complementarios.

Entonces llega SoftwareONE. ¿Cuáles fueron los principales argumentos para esa operación?

La operación tenía sentido por dos motivos principales. Por un lado, ambas compañías tenían un background parecido, porque eran partners destacados de Microsoft (en el Top5 mundial) y, por otro, estaban en un proceso de transformación en el mundo del cloud hacia una organización de servicios gestionados. SoftwareONE tenía una estrategia agresiva de crecimiento y contemplaba dos vías de adquisición, aquella que aportaba know-how y conocimiento para nuevas líneas de negocio y otra que aportaba escala, como ha sido la de Comparex al haber permitido doblar la estructura de SoftwareONE, con presencia global en 86 países. De la misma manera, esta operación tampoco alteraba la estrategia de pasar de ser un clásico reseller y gestor de activos de software a un jugador de servicios en la nube.

¿La marca Software es de cara a la galería o sigue siendo el centro de su negocio?

El software sigue siendo una pieza clave. El cloud transforma todo el concepto de consumo de software pero, al final, lo que corre sobre la nube no deja de ser software. La parte de infraestructura en el cloud ha quedado ‘como-

tizada’, pero todo el ecosistema de software as a service sigue siendo igual de sofisticado que antes o incluso más. Para los clientes, ser capaces de gestionar el software a través de distintas nubes, incluida la suya propia, resulta más complejo que gestionar sus propios datacenters. La parte de gestión y transformación del modelo de software sigue siendo una pieza clave del negocio. Creemos más que nunca en esa panacea. Los clientes necesitan automatizar. En un proceso de digitalización, todo el mundo quiere consumir el software empresarial de la misma manera que se hace en el mundo del consumo al estilo Amazon. Queda mucho que hacer en ese campo y aspiramos a liderar esa ola de nuevo software empresarial. Además, surge una oportunidad de servicios gestionados en la nube que es igual o más importante que la otra parte y es ahí donde tenemos un foco importante y donde apostamos todo nuestro crecimiento.

¿El marketplace es una solución natural de este mercado?

Creemos que va a haber un conjunto de marketplaces donde los clientes necesitan lo de antes, pero ahora con una componente clara de digitalización. Tener partners que sean capaces de resolver esa problemática va a ser una de las claves en los próximos años. El consumo de software en las nubes públicas va a ser muy diferente al de nuestros contratos clásicos de datacenter. Cambia el concepto de compliance, de regularización, de adquisición, de Capex a Opex... por eso se requieren partners que hayan transformado su modelo de servicio, de operación, facturación, optimización e, incluso de transacción. Ahí tenemos tecnología propia.

Llegamos a la zona cero de Covid-19. ¿Cuál era la situación de SoftwareONE en el mercado?



JOAQUÍN POTEL
DIRECTOR GENERAL DE
SOFTWAREONE EN ESPAÑA

“HACER VIDEO- CONFERENCIA NO ES TRANSFORMA- CIÓN DIGITAL”

Jamás ha habido una dependencia con IT como ahora. Las empresas han perdido el miedo y muchos directivos se han sentido asombrados de lo bien que ha funcionado su operación sin estar en la oficina ni estar con los clientes.

Yo no soy de los que creo que en tres meses ha habido más transformación digital que en diez años. No creo que las compañías se hayan transformado con la Covid-19, sino que han sobrevivido. Llamar transformación digital a hacer una videoconferencia me parece poco ambicioso. Que hemos hecho más videoconferencia que en toda nuestra vida... no me cabe la menor duda. Ahora hago unas cinco videollamadas al día, pero muchas menos que en plena pandemia. Creo que ha habido mucha exageración. No he visto a nadie cambiar su modelo de negocio en estos meses, aunque muchas han agudizado el ingenio por necesidad. Pero en España queda mucho por hacer con relación a la transformación digital.



El hecho de ser dos compañías muy complementarias nos permitía tener escasos clientes donde se produjera solape. Comparex traía una buena cartera de clientes de Servicios de IT, infraestructura e integración de sistemas de largos años, y SoftwareONE era más reciente en España y había crecido de forma exponencial en software, Microsoft y cloud. Los clientes nos reconocían como siempre y la relación con el mercado ha fluido de forma natural.

De repente, el cataclismo... ¿cómo reaccionó su empresa?

Desde el punto de vista interno, lógicamente fue un shock. La ventaja es que teníamos el teletrabajo adoptado como un modelo de funcionamiento normal. Nos dedicamos a implantar soluciones como Teams desde hace años; somos el principal partner de Microsoft en Office 365 y también destacamos como socio de Citrix en virtualización en remoto. No solo lo usábamos, sino que somos unos de los principales jugadores en este tipo de soluciones.

Los proyectos relacionados con datacenter que requieren la presencia física en las instalaciones del cliente se pararon, pero otros relacionados con el teletrabajo y seguridad en remoto se dispararon. Tenemos la suerte de contar con un nivel de diversificación muy alto. También somos muy buen partner de VMware y Oracle. Como resumen, en líneas generales el negocio ha aguantado muy bien.

¿Esta casuística puede suponer un replanteamiento de su oferta?

Es indudable que la situación ha progresado más rápidamente en tres meses que en tres años, pero no hay que dejar de entender que la

situación ha sido anómala. Existe una ‘vuelta a la anomalía’ y dudo que las personas dejen de verse físicamente. Lo que sí es cierto es que las compañías que eran conservadoras para determinados procesos, ahora se lo están planteando. O el modelo de colaboración es mucho más eficiente. La vuelta a la normalidad será por encima de la curva anterior, pero no creo que se mantenga en el pico donde hemos llegado a estar. Nosotros no nos planteamos ni cerrar la oficina ni cambiar el modelo de negocio, algo que sería arriesgado. Hemos reforzado los equipos de Teams, pero hay mucho que hacer en otros ámbitos. Mucha gente se ha subido a la cloud con ‘faldas y a lo loco’ por las prisas de la situación y, una vez que todo esté securizado y bien gestionado, las prioridades y el foco volverán a otras áreas de la compañía.

No conocemos la profundidad de esta crisis. ¿Esto podría afectar a los presupuestos TI de sus clientes?

Es tan atípica la situación que resulta complicado hacer cualquier predicción. Lógicamente, el impacto en el PIB es un hecho constatable. No se puede comparar esta crisis con la de 2008 o la de 1929 donde fallaron factores estructurales de la propia economía. En este caso no es así, aquí hay un parón forzado por un tema ajeno al ámbito económico que puede poner a empresas en situaciones muy graves. Algunos clientes nuestros tuvieron que cerrar su producción y no saben en qué momento podrán recuperar el cien por cien de su negocio o si podrán recuperarlo. En general, nuestros clientes están manteniendo sus planes, bien es cierto que están priorizando proyectos, pero seguimos trabajando con normalidad. ■