

IBM defiende ante sus partners la Era Cognitiva - ChannelBiz



Ante más de 400 business partners reunidos con motivo de la Cumbre Anual del Canal IBM habló de las oportunidades de las tecnologías cognitivas.

“Algo está pasando”, decía **Iñigo Osoro, director de canal de IBM España, Portugal, Grecia e Israel**, ante los más de 400 socios business se dieron cita ayer en la **Cumbre anual del canal de IBM en Madrid**, donde la compañía dejó clara su apuesta por el Ecosistema de partners y la Era Cognitiva.

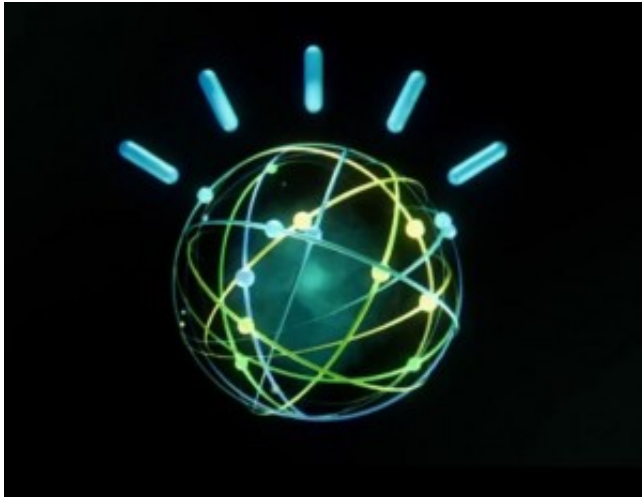


Iñigo Osoro

Dos son los grandes objetivos de la compañía. Por un lado convertirse en líder de las plataformas cloud, y **cuando IBM habla de cloud habla de nube híbrida**; y por otro liderar el mundo de las Soluciones Cognitivas, un mercado en el que Watson tiene el protagonismo y el liderazgo, y cuyas oportunidades son enormes. Lo aseguraba Marta Martínez, Presidenta de IBM España, Portugal, Grecia e Israel, recogiendo un dato de IDC: **en cinco años, el 90% de las aplicaciones integrarán algún tipo de elemento cognitivo.**

No es una sorpresa, de hecho, es el siguiente paso natural al famoso Big Data. Porque no sólo se trata de recoger datos y almacenarlos, sino que hay que explotarlos. “Necesito una capa de

inteligencia” decía Marta Martínez; **“necesito una capa de valor, y lo que demandan las empresas es una aproximación cognitiva”**, insistía la directiva para terminar asegurando que no se está hablando del futuro sino de hoy, de ahora, de ya, de en este mismo instante. Las oportunidades están ahí y hay que aprovecharlas.



¿Cómo? Pues eso es lo que le tocó explicar a **Elisa Martín Garijo, directora de innovación y Tecnología de IBM España, Portugal, Grecia e Israel**, quién empezó asegurando que estamos ante una revolución, un cambio de paradigma, un momento en el que los humanos recobramos algo de protagonismo ante las máquinas, aunque sea gracias a la capacidad de las mismas de aprender y de comprender, de interactuar y tener en cuenta el contexto. Watson, APIs, BlueMix y mucha imaginación es lo que hace falta para explotar las oportunidades.

Ejemplos ya hay, incluido el de una **startup española, Skios.es**, además de Elemental Path, que ha desarrollado sus CogniToys. Y eso es una parte pequeña, muy pequeña, infinitesimal, de lo que pueden ofrecer los más de un millón de desarrolladores que trabajan con Watson, o los 2.000 usuarios diarios de IBM BlueMix, o las 112.000 aplicaciones que cada mes se suben a esta “plataforma global, híbrida y abierta”, como la definía Martín Garijo.

Novedades de canal

Pero basta de generalidades, hablemos de canal, de socios, de oportunidades, de negocio. Para ello retomaba la palabra Iñigo Osoro que resumía rápidamente los últimos resultados de la compañía, **unos resultados “razonablemente buenos”**, con crecimientos en todas las unidades de negocio menos en Power (-5%). Analítica creció un 6%, Software un 14%, Almacenamiento un 6%, Cloud un 203%.

Además, el negocio hecho con los ISVs creció un 20% y el de los MSPs un 24%. Claro que en general **“hemos pasado un 53% más de oportunidades al canal”**, decía el directivo. Un canal formado por 726 partners de los que poco más de 300 buscó la ayuda de IGF (IBM Global Financing) para la financiación de proyectos.

Las buenas noticias siguen, porque aseguraba Osoro que pese a la venta del negocio de servidores x86 a Lenovo –con la consecuente pérdida de partners, el *breath* del canal creció un 4%; y además se han vendido productos a más clientes, un 5% más.

Llegados a este punto y con tan buenas cifras en la pantalla los resultados pasaban de ser “razonablemente buenos” a “estupendos”, y se empezaban a enumerar las **novedades del programa de partners de IBM, ya anunciadas en la PartnerWorld LeaderShip Conference 2016** de Orlando hace unas semanas.

Las oportunidades están en el cloud y en las soluciones cognitivas, los dos grandes pilares de IBM, paraguas bajo el que se despliegan infraestructuras –desde los servidores al almacenamiento; software, incluyendo las herramientas analíticas, Watson, **Commerce o marketing digital –negocio que ha crecido un 203% y donde Iñigo Osoro advertía: “necesitamos más canal”**.

Con respecto al modelo de Co-Selling explicaba Osoro que se ha revisado, que se ha establecido un segmento comercial que tiene, obligatoriamente, que vender de la mano de un partner y habló de la oportunidad de vender Software. **“No puede haber ningún partner que no venda Software”**, decía el director de canal de España. Además, el negocio SaaS también se mejora para el canal, estableciendo un margen del 20% que puede llegar hasta el 25%.

Por último advertía del **nuevo PartnerWorld, que entrará en vigor a primeros de 2017**, que incorpora la figura del partner Platinum y que beneficiará a los partners en función de las competencias, para lo que se relanza la Universidad PartnerWorld y se anuncia la segunda edición – en un par de meses, de la Channel Sales Academy.

Para cerrar el evento se entregaban los Ecosystems Awards 2016

- Mejor Partner Cloud: **S&MCloud**
- Mejor Partner Commerce: **Luce**
- Mejor Partner Social Business: **Logicalis**
- Mejor Partner Analytics: **Capgemini**
- Mejor Partner Seguridad: **SIA**
- Mejor Partner SaaS: **Deloitte Digital**
- Mejor Partner Servidores: **BT**
- Mejor Partner Almacenamiento: **Ibermática**
- Mejor Partner Nuevos Modelos de Negocio: **Seidor**
- Mejor Partner MSP: **Arsys**
- Mejor Partner Excelencia en Marketing Digital: **efor**
- Mejor Partner Midmarket/Commercial: **Inforges**
- Mejor Partner Middleware: **BT**
- Mejor Partner Enterprise: **IECISA**
- Mejor Partner Rookie del Año: **Omega**
- Mejor Partner Excelencia Técnica: **Seidor**
- Mejor Partner del Año: **Logicalis**

Suscríbese a la newsletter diaria de ChannelBiz

Inscribirse