



Alberto Ruano

Director General de Lenovo Iberia



“Priorizamos siempre tres cosas que son fundamentales para la toma de decisiones de una compañía: escuchar al cliente, hacer que el trabajador se sienta parte real de la empresa y ser veraces con la información sobre la marcha de la compañía...”

Lenovo comenzó su historia con un pequeño equipo de 11 ingenieros en China hace ya más de 30 años. Y hoy en día, forma un grupo heterogéneo de atrevidos pensadores repartidos en más de 160 países diferentes, trabajando continuamente en pos de conseguir las mejores innovaciones tecnológicas. Gracias a dicho trabajo y esfuerzo, la compañía ha conseguido alcanzar la cifra de cuatro dispositivos Lenovo vendidos por segundo. Por ello, Alberto Ruano, Director General de Lenovo Iberia, da a conocer las últimas novedades de la marca y algunas de las claves que más identifican y diferencian a la compañía de la competencia en la siguiente entrevista, donde además expondrá su visión de futuro para la compañía.

Después de más de tres décadas en el sector, ¿cómo valora este tiempo? ¿Qué momentos han sido los más significativos para la compañía?

Han sido unos años realmente emocionantes durante los que hemos vivido el nacimiento, auge y consolidación de increíbles tecnologías como la realidad virtual y aumentada o los dispositivos inteligentes, que van a involucrar al consumidor de una manera más profunda y participativa. Por no hablar de la evolución que ha vivido el PC. Durante años, y de forma cíclica, algunos predecían la muerte del PC, pero los últimos datos y algunos estudios demuestran que el usuario sigue creyendo que el ordenador es un dispositivo esencial para su día a día; y por tanto seguirá en ella. Distinto, claro. Más potente, más innovador, más ligero y atractivo, con una autonomía increíble y siempre conectado, pero presente.

¿Qué representa ‘Somos Lenovo’?

En Lenovo, la innovación no es solo lo que hacemos, sino que forma parte de nuestro ADN. Nos dedicamos a transformar la experiencia de nuestros clientes con la tecnología y, cómo ésta y ellos, interactúan con el mundo que nos rodea. A esto lo llamamos ‘Transformación Inteligente’. Es una increíble propuesta de valor que va acompañada de un producto único y esto es algo que, sin duda alguna, motiva a todos los que formamos parte de la compañía. El positivismo y el afán de superación son reales en el día a día de Lenovo y eso se percibe y se contagia. Cada uno de los trabajadores se sienten ‘owners’ de la compañía, por ello actúan y toman decisiones conforme a su conciencia, tal y como lo harían en su vida privada.

¿Podría decir qué es lo que diferencia a Lenovo del resto de la competencia del sector del PC, portátiles y smartphone?

Además de la apuesta imparables por la innovación y las últimas tecnologías, además de por la sostenibilidad aplicada en los materiales y la cadena de suministro de nuestros productos, nos gusta pensar y actuar de manera diferente, nuestra visión es proporcionar a la industria un ecosistema inteligente de dispositivos, servicios y aplicaciones que funcionan desde el centro de datos para ayudar a las personas a conectarse a lo que verdaderamente importa.

Nuestra gestión también es peculiar y priorizamos siempre tres cosas que son fundamentales para la toma de decisiones de una compañía: escuchar al cliente, hacer que el trabajador se sienta



parte real de la empresa y ser veraces con la información sobre la marcha de la compañía, dentro y fuera de ella.

Si nos centramos en los dispositivos inteligentes (asistentes virtuales, realidad aumentada y realidad virtual), ¿cuál es el dispositivo que mejor acogida está teniendo entre los clientes?

Hace unos años era más sencillo hacer previsiones sobre qué producto iba a calar en el consumidor, pero hace ya una década que el sector de la tecnología está sujeto a cambios sin parar y se ha vuelto bastante impredecible. Lo que sí podemos decir es que los dispositivos que más éxito tienen son los que van ligados a nuestras necesidades.

En el 2019 el número de dispositivos medio por persona es cuatro, y para el 2020 será de seis dispositivos por persona. Eso significa que tendrás tu ordenador portátil, tu ordenador en casa, tu tableta, tu smartphone, tu asistente en casa y además, si te gusta jugar, tu equipo de ‘gaming’. Los mercados potenciales donde estamos viendo un crecimiento realmente ponderable son: el mundo ‘gaming’ y el mundo de los asistentes inteligentes en el hogar. Hoy en día, seguimos todavía sembrando y cuidando la división de realidad virtual y aumentada como uno de los futuros negocios importantes de Lenovo. Eso significa que Lenovo está muy bien posicionado en el mercado pues cada segundo se venden cuatro de sus dispositivos en el mundo.

Dentro de la gama de PC y portátiles, ¿cuáles son las novedades más recientes de Lenovo?

En Lenovo el PC recupera el centro, es el nexo de unión de los distintos dispositivos que hay



en los diferentes ámbitos. El 5G multiplica los dispositivos conectados y el ordenador será el centro de conexión de todos ellos. Serán ordenadores mucho más potentes: vuelve la potencia al ordenador y la capacidad de procesamiento en local, antes de transferirlo a la nube. Regresa el PC al centro, con incorporación de la voz como interfaz, desarrollo de los convertibles, pantallas flexibles y microordenadores.

En línea de producto, básicamente son tres grandes gamas. Por un lado, tenemos los Yoga Book cuya segunda pantalla es de tinta electrónica. El “todo pantalla” es una tendencia dentro de lo que van a ser los dispositivos, ya no voy a hablar solo de portátiles. Y nosotros ofrecemos un 2 en 1

ultra portátil con dos pantallas, una pantalla de tinta electrónica dinámica que se transforma dependiendo de las necesidades y que coexiste con una pantalla QHD.

Otra de las gamas estrella es ThinkPad, los mejores ordenadores que hacemos, y no porque sean de gama alta e incorporen la tecnología más novedosa, sino que es además la gama que pasa más de 20 tests militares (de resistencia), es decir, pasan las mayores pruebas de estrés, dentro de lo que es toda la colección de equipos que tenemos, las mayores certificaciones de calidad, caídas y derrames de líquido. Lo último que hemos desarrollado es el ThinkPad X1 Fold un producto con una





pantalla completa que se puede doblar y que responde a una tendencia que estamos viendo en el mercado.

Por último, pero no menos importante, está la gama diseñada para el ‘gaming’. En Lenovo siempre hemos ofrecido al usuario equipos potentes para poder jugar, pero ahora contamos con una línea especialmente diseñada para la mejor experiencia de juego. Es la familia Legion, con una potencia y diseño que tiene muchísimo éxito entre los más jugones. En ordenador portátil nos vamos a equipos con una estética renovada, cada vez más finos, más delgados, con nuevos materiales, como el aluminio, aleaciones de magnesio o fibra de carbono y en los que se pueden activar o desactivar las luces led para darle una apariencia de ordenador para jugar...

Hace dos años teníamos limitaciones en cuanto a lo que podíamos ofrecer. Hoy en día tenemos más de 27 combinaciones dentro de la categoría de ‘gaming’, a las que hay que sumar variables de RAM, almacenamiento... Nos da una variabilidad enorme.

Referente al mundo del smartphone, ¿en qué innovaciones están trabajando?

Seguimos apostando por la innovación y es nuestro foco además de apostar por las recomendaciones de los usuarios.

¿Cuáles serían las características comunes que destacaría de sus softwares?

En Lenovo, la seguridad comienza con el desarrollo y continúa a través de la cadena de abastecimiento y el ciclo de vida completo del dispositivo. Hoy no concebimos un ordenador que no esté conectado a Internet prácticamente el 100% del tiempo. Y con la conexión permanente tenemos también el riesgo permanente de ser objeto de un ataque.

Para ayudar a proteger a los usuarios y sus equipos mientras, por ejemplo, participan en videoconferencias o revisan información, ofrecemos soluciones como ThinkShield, que



permiten proteger los dispositivos de robos y accesos no autorizados, y evitar el acceso no autorizado con información biométrica, reconocimiento facial y otros procedimientos seguros de autenticación.

Además de los propios productos, Lenovo ofrece diferentes servicios (diseño de la mejor estrategia de IT para empresas, implementación de nuevas tecnologías, servicios de asistencia...), ¿están teniendo éxito entre los usuarios?

Nosotros somos un fabricante de dispositivos, pero eso no quiere decir que no añadamos a nuestro porfolio de productos soluciones y servicios. De hecho, es uno de los pilares de crecimiento para este año. La incorporación de nuevos servicios, desde extensión de garantías, hasta masterizaciones de series de equipos en fábrica, no supone un cambio de estrategia, sino añadir otro tipo de productos al portfolio de Lenovo. El panorama de la gestión de datos está creciendo a un ritmo vertiginoso, y las empresas exigen plataformas que no solo cubran sus necesidades de almacenamiento y gestión, sino que además incluyan opciones de pago flexible.

Para dar respuesta a estos requerimientos, Lenovo ha lanzado, por ejemplo, TruScale

Infrastructure Services, una plataforma HaaS (‘Hardware as a Service’ o Hardware como Servicio) basada en el pago por uso, que permite a los usuarios pagar únicamente por los recursos que consumen; es decir, se trata de una infraestructura bajo suscripción que permite el pago por el hardware, las soluciones de software y los servicios de data center, gestionándolos en su propio centro de negocio.

La principal ventaja es que las empresas no son propietarias de los equipos que conforman su infraestructura de datos, sino que pagan cada mes solo por lo que utilizan, como parte de sus gastos operativos. Los recursos a los que se tiene acceso a través de Lenovo TruScale son tanto a nivel de hardware como de otros activos de TI, ya que además se pone en manos de la empresa una serie de servicios añadidos, como mantenimiento, soporte, monitoreo remoto y estado del sistema.

Por último, ¿hacia qué se encamina la visión de futuro de Lenovo?

Somos conscientes de que el buen uso de la tecnología va a hacer que los mercados crezcan y que la tecnología se vea como algo necesario, no solamente en el mundo de la empresa sino también en el hogar, la salud, en cualquier ámbito de nuestra vida.

Lenovo está muy involucrada en educar a la gente, jóvenes y familias, en el buen uso de la tecnología y también en proyectos que se alejan del mundo tecnológico como son el deporte, la cultura, la salud, etc. Por otra parte, estamos invirtiendo muchísimo en nuevas tecnologías e inteligencia artificial y lo estamos haciendo no solamente desde el punto de vista de la analítica de datos sino también desde la infraestructura que va a dar soporte al mundo siempre conectado en el que vamos a vernos inmersos.



LLEGA LA INDUCCIÓN INTELIGENTE

Nueva placa **DirectSense**



Donde se cocina la vida