



**MCR suma casi 20 años como el mayorista nacional líder en distribución en los sectores de informática y electrónica, ¿cómo ha sido su evolución en los últimos años?**

Efectivamente, este año se cumple nuestro XX Aniversario. Nacidos en 2000 como una firma local especializada en la distribución de hardware de integración -donde seguimos siendo el número uno- a partir de 2010 comenzamos a diversificar nuestro negocio y ampliamos nuestro catálogo con nuevos productos de informática y electrónica de consumo. Actualmente, tras 20 años de trayectoria, MCR es el primer mayorista de capital nacional en España y uno de los cinco principales a nivel general, solo por detrás de las grandes multinacionales.

Nuestro XX Aniversario nos "pilla" acometiendo nuevos mercados, definiendo nuevas metas y, como no podría ser de otro modo, redefiniéndonos a nosotros mismos (esto último, en realidad, ocurre casi cada día). No en vano, 2019 fue histórico para nosotros, porque fue el año de la creación de dos nuevas divisiones especializadas (MCR PRO, sucesora de nuestra anterior división de 'Corporate', para el ámbito profesional; y ab materials, para el sector de papelería y material de oficina) y fue el año de la apertura de nuestro nuevo centro logístico de Barcelona, con el que vamos a mover entre un 30 y un 40% de los productos.

**¿Bajo qué pilares se ha configurado la empresa?**

En nuestros inicios la obsesión era construir y mantener una base de clientes en todo el país, una masa crítica que nos permitiera consolidar una estructura. Conseguido esto, y tras varios años de crecimiento sostenido, acometimos un cambio en nuestro modelo de negocio, con una profunda reestructuración que nos permitió crear la base de crecimiento de cara a la inminente era de la transformación digital. Durante los últimos años hemos trabajado para ofrecer a nuestros clientes las ventajas propias de las grandes multinacionales (solidez financiera, estructura comercial, portfolio...) y combinarlas con los beneficios que nos han mantenido ahí todos estos años (cercanía, agilidad, penetración, soporte...) y que las grandes multinacionales no pueden igualar. Todo ello, unido a una estructura orgánica en continuo crecimiento que nos permite sobresalir en aspectos clave como la logística, la gestión financiera o la prestación de servicios personalizados.



**Francisco Javier Jiménez**  
MCR International Sourcing  
Manager de MCR

“MCR es uno de los cinco principales mayoristas de tecnología en España, y el primero de capital nacional...”

MCR cumple su 20º aniversario habiéndose consolidado como el primer mayorista de informática y electrónica de capital nacional en España. Cuenta con seis principales áreas de negocio: una para los componentes (placas base, tarjetas gráficas, memoria RAM y procesadores); otra para la movilidad, ofreciendo portátiles 'ultrabooks', tablets y 'chromebooks'; una sobre almacenamiento, con la venta de unidades externas de disco duro de gran capacidad y rendimiento (tarjetas de memoria, memoria flash USB y discos SSD); también otra en electrónica de consumo, proveyendo desde sistemas de vigilancia hasta pequeños electrodomésticos; además de una para periféricos y accesorios para PC (ratones, teclados, altavoces, auriculares, impresoras...); y la última para el 'gaming', siendo el primer mayorista que introduce en su canal tradicional productos específicos para 'gamers'. Francisco Javier Jiménez, MCR International Sourcing Manager de MCR, ofrece la siguiente entrevista donde ahondaremos aún más en la compañía.



**En la actualidad ¿qué magnitudes maneja la empresa (número de marcas, clientes, productos, etc.)?**

En la actualidad, como comentaba, MCR es uno de los cinco principales mayoristas de tecnología en España, y el primero de capital nacional. Asimismo, MCR es líder en numerosos mercados, incluido el de hardware de integración o el sector del 'gaming'. MCR cuenta con más de 8.000 clientes registrados, de los cuales el 45% son partners del canal tradicional de TI, otro tanto son retailers y el 10% restante corresponde a distribuidores de valor añadido. La compañía ofrece un portfolio compuesto por más de 20.000 referencias, de más de un centenar de marcas, disponibles en 24 horas en cualquier punto del país.

**Una las marcas que distribuyen es la puntera Xiaomi, ¿qué valoración hace de la incursión de la marca en España?**

Efectivamente. A mediados de 2018 anunciábamos la incorporación a nuestra



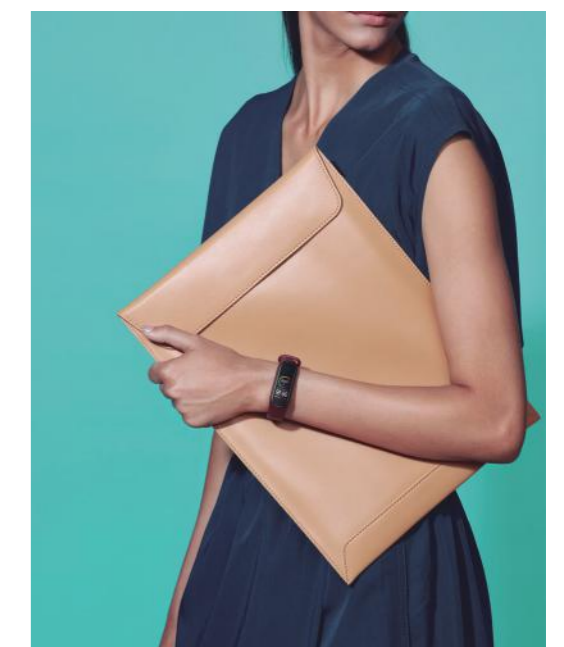
oferta de los productos de ecosistema de Xiaomi, un hito en nuestra trayectoria porque nos ha permitido penetrar en un mercado emergente, con una nueva generación de dispositivos inteligentes ('Smart Devices') y estilo de vida. Esta incorporación supone un gran impulso para nosotros, porque nos permite consolidarnos aún más en mercados clave y llegar a nuestros clientes con una amplia gama de productos de una marca líder a nivel mundial.

**Como distribuidor de muchas otras marcas del mismo sector tecnológico que Xiaomi, ¿qué diferencia a esta marca de su competencia?**

Xiaomi es actualmente la firma especializada en Internet que más rápidamente está

creciendo, según datos de diversas consultoras independientes. Su incorporación, como decía, ha supuesto toda una revolución para nuestro portfolio. Es cierto que Xiaomi comenzó fabricando teléfonos, pero luego ha ido agregando más categorías a su catálogo. No solo productos "normales" como auriculares y baterías; también herramientas, electrodomésticos, juguetes y prendas de vestir. Es una marca que se ha convertido ya en un referente mundial en lo que se refiere a dispositivos tecnológicos. Además, y especialmente en comparación con muchos "productos baratos" de China, los productos Xiaomi son de calidad, y con la mejor relación calidad-precio.

**Como se mencionaba anteriormente, Xiaomi es muy reconocida por sus móviles, pero... ¿en qué otros sistemas está repuntando?**





La apuesta de Xiaomi no se limita a la telefonía. Como comentaba, es realmente una compañía dedicada a Internet, a la integración de éste y otras tendencias como la movilidad en el día a día de los consumidores. En línea con esta estrategia, Xiaomi ha construido la plataforma IoT de consumo más grande del mundo, con más de 100 millones de dispositivos conectados. Dentro de este ecosistema, la oferta de Xiaomi incluye un portfolio que va mucho más allá de la telefonía.

**Para concretar un poco más, de la amplia gama de productos que ofrece la marca, ¿cuál destacaría entre los demás? ¿Por qué? ¿Qué le hace especial?**

Poco después de firmar el acuerdo de distribución, a finales de 2018 Xiaomi lanzaba en España un producto que se ha convertido en un clásico: la pulsera de actividad Mi Band. También los 'scooters' eléctricos han tenido un 2019 muy bueno, pero también otros exponentes de la oferta como relojes, altavoces,

cámaras, 'power banks' o amplificadores y repetidores wifi.

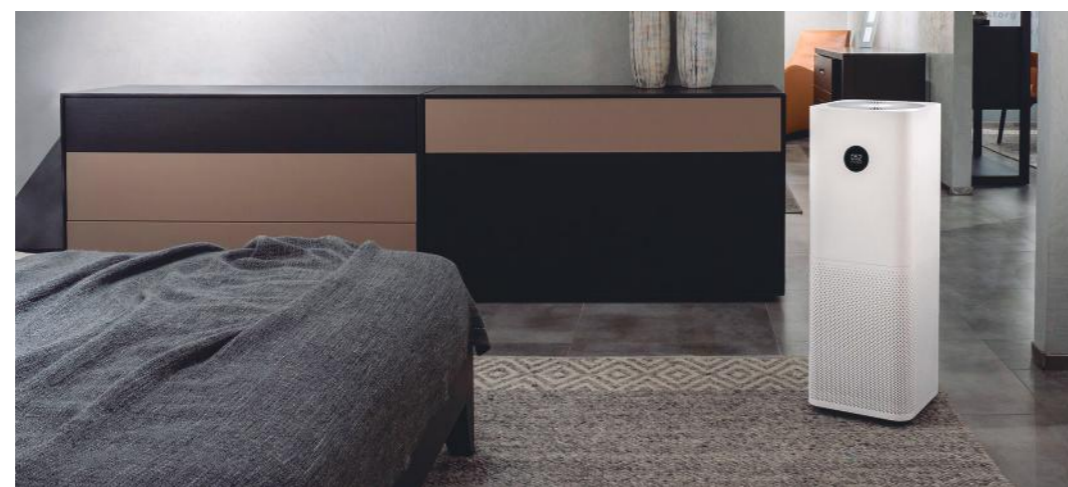
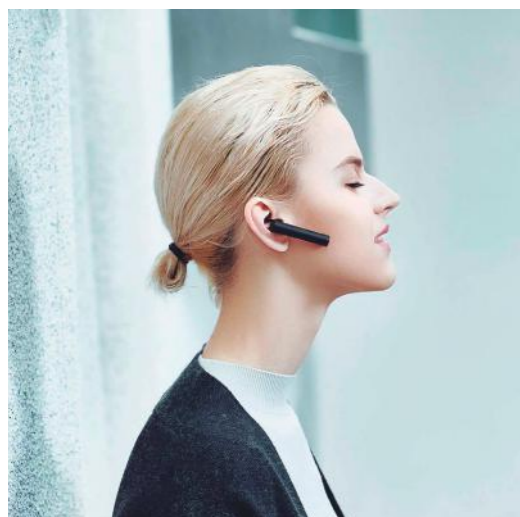
**Aunque no sean fabricantes, como distribuidores y conocedores de los productos y marcas que distribuyen, ¿en qué cuestiones se está focalizando la innovación en los sistemas tecnológicos?**

Hay que diferenciar entre el mercado de consumo y el ámbito profesional/empresarial. En el segmento de consumo, sin duda, el gran protagonista sigue siendo el 'gaming', que en 2020 seguirá suponiendo una de las principales áreas de crecimiento. Y el 'gaming', a su vez, nutre otros mercados, como es el caso de los PCs y portátiles. En 2020 seguiremos viendo evolucionar estos segmentos en prestaciones, y esperemos que también en ventas. Seguridad, movilidad, imagen y sonido, 'lifestyle', PAE... Y, en el ámbito profesional, tendencias como el AV profesional, las comunicaciones unificadas o las soluciones de colaboración son los protagonistas.



**Por último, también bajo la visión de los distribuidores, ¿cómo está avanzando el mundo de IT? Y quizás lo más importante, ¿cómo se deberán adaptar y preparar al consumidor/cliente del futuro?**

Habrà que ver la evolución que sigue el mercado, pero es obvio que éste será un año excepcional, y en lo económico las perspectivas no son optimistas. En cuanto al canal, estamos asistiendo a un cambio de modelo; la convergencia entre informática, electrónica y comunicaciones es cada vez mayor, y el canal es cada vez más heterogéneo. Así que en 2020 veremos cómo la transformación digital empuja al canal a incorporar nuevos modelos de venta. Y veremos muchos 'dealers' penetrando en nuevos mercados, en muchos casos profesionales, y veremos crecer la tendencia hacia los 'marketplaces' (especialmente protagonistas en algunos segmentos, como los productos de movilidad o de 'lifestyle'). En definitiva, estamos ante un momento clave para el canal de distribución.



**SOGO**<sup>®</sup>

Human Technology

UNA COCINA MÁS COMPLETA



SS-10790

OLLA A PRESIÓN MULTIFUNCIÓN

1000W

POTENCIA

6L

CAPACIDAD

18

MODOS DE COCINAR

11

PROGRAMAS

24H

TEMPORIZADOR

ANTI ADHERENTE

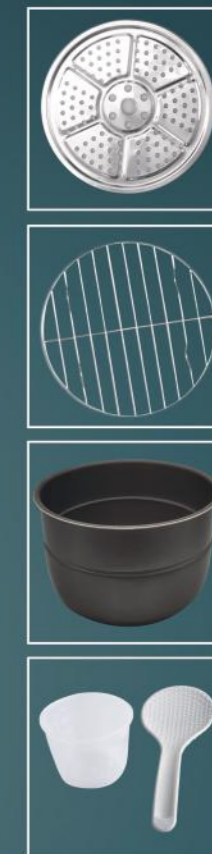
REVESTIMIENTO



INCLUYE LIBRO DE RECETAS



Platos clásicos a la perfección



SS-13025

ENVASADOR AL VACÍO

120W

POTENCIA

AUTO Y MANUAL

SISTEMA

0,85 bars

PRESIÓN

24 L/min

VELOCIDAD DE SUCCIÓN

30CM MAX

SELLADO

CANISTER

FUNCIÓN



Mantiene los alimentos frescos 5 veces mejor

