



## Pedro Quiroga CEO de MCR

“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...”

MCR es un mayorista global, y representa a más de un centenar de marcas en la actualidad en múltiples áreas: PCs y portátiles, componentes, almacenamiento, periféricos y accesorios, electrónica de consumo, software... Y, en el ámbito profesional, junto con las soluciones Enterprise, también en segmentos como AV profesional, comunicaciones unificadas o soluciones de colaboración. En la actualidad, cuenta con un equipo de más de 250 profesionales y cubre todo el territorio nacional a través de un sistema logístico con alcance para entregas en cualquier punto de la Península en 24 horas. En esta entrevista, Pedro Quiroga, CEO de MCR nos da a conocer la actividad del mayorista informático durante estos últimos atípicos años, el desarrollo de sus operaciones, la actividad logística, la demanda del canal y los equipos tecnológicos más demandados.

### Para profundizar en la trayectoria del grupo MCR, ¿cuáles son los momentos más significativos de su historia?

2020 fue un año clave para MCR. Un año de pandemia, con una crisis de consecuencias imprevisibles, en el que, precisamente, celebrábamos nuestro 20 Aniversario. Nacidos en 2000 como una firma local especializada en hardware de integración -donde seguimos siendo el líder-, a partir de 2010 comenzamos a diversificar nuestro negocio y ampliamos nuestro catálogo.

Años más tarde, seguimos acometiendo nuevos mercados y definiendo nuevas metas. Ya 2019 había sido histórico, porque fue el año en que nacieron nuestras primeras divisiones especializadas: MCR PRO, para soluciones profesionales; y ab materials, para papelería y material de oficina y educación. Y en 2020 veía la luz MCR Mobile, nuestra nueva división de telefonía y movilidad, y además abríamos nuestras nuevas instalaciones, con más de 10.000 m<sup>2</sup> a disposición del canal español, y renovábamos por completo nuestra imagen corporativa, con nuevo logo y nueva web.

### ¿Podría indicar cuáles son las distintas áreas de negocio que integran el grupo?

La mayor parte de nuestro negocio sigue estando en el mercado broadline. No en vano somos el primer mayorista en el mercado español de tecnología de consumo. Pero, como comentaba anteriormente, desde hace varios años venimos abordando mercados específicos a través de la creación de nuevas divisiones especializadas, en campos como la tecnología empresarial, la movilidad o los dispositivos inteligentes.

Actualmente, MCR es el primer mayorista de capital nacional en España y uno de los cinco principales a nivel general, sólo por detrás de las grandes multinacionales. Representa a más de 250 marcas y da servicio a más de 15.000 clientes en toda la península ibérica. En 2020, MCR superó la barrera de los 500 millones de euros de facturación anual.

### ¿Cuáles son los valores y misiones que rigen y marcan a la insignia?

La misión de MCR ha sido siempre la misma: cuidar y ayudar al canal facilitando su acceso a las nuevas tecnologías de la información y mejorando sus procesos de negocio. En cuanto a nuestros valores principales, los que cualquier mayorista de referencia podría fijarse: un producto de calidad, total orientación al cliente, el mayor compromiso con el fabricante, fortaleza logística, experiencia y conocimiento, y siempre en continua adaptación.

MCR ha sabido combinar las ventajas propias de las grandes multinacionales (solidez financiera, estructura comercial, soporte



técnico, un portfolio amplio y completo...) con los beneficios de trabajar con una figura local que, precisamente, llega allí donde las multinacionales no pueden: cercanía, agilidad, conocimiento del mercado... Así nos hemos consolidado como un actor principal, líder en segmentos como la integración o el gaming, con una estructura orgánica que nos permite sobresalir en aspectos como la logística, la gestión financiera o los servicios personalizados, es lo que nos ha permitido seguir al frente.

### Indique las actividades fundamentales a las que se dedica la compañía, y ¿qué novedades podemos esperar para este 2021 en cada una de ellas?

Grupo MCR ofrece a los distribuidores españoles un completo portfolio con más de 20.000 referencias de las principales marcas. En el segmento de consumo, el gran protagonista sigue siendo el gaming, que sin duda en 2020 supuso 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 2021 hemos seguido viendo evolucionar estos segmentos en prestaciones, y también en ventas, junto con otros que siguen al alza: movilidad, hogar inteligente, imagen y sonido, lifestyle, PAE...

2021, como decía antes, va a ser el año de consolidación del Grupo MCR. De cara a 2021, nuestro hito más importante será la creación de una nueva división especializada en soluciones empresariales de valor añadido, MCR Enterprise.

### Para conocer las magnitudes de la compañía, podría comentar marcas con las que opera, puntos de distribución, ámbito territorial, nº de empleados...

Como comentaba antes, MCR es un mayorista global, y representa a más de un centenar de marcas en la actualidad, en múltiples áreas: PCs y portátiles, componentes, almacenamiento, periféricos y accesorios, electrónica de consumo, software... Y, en el ámbito profesional, junto con las soluciones Enterprise que comentaba antes, también en segmentos



como AV profesional, comunicaciones unificadas o soluciones de colaboración. En la actualidad, MCR cuenta con un equipo de más de 250 profesionales y cubre todo el territorio nacional a través de un sistema logístico con alcance para entregas en cualquier punto de la Península en 24 horas.

### ¿Cuáles son los servicios que ofrecen a sus clientes?

En lo puramente tecnológico, por supuesto hay que destacar nuestros servicios de integración, mercado en el que somos el líder actualmente, y también ofrecemos soluciones empresariales para numerosos sectores verticales; en lo que se refiere a negocio, MCR apoya a los dealers con servicios logísticos, atención al cliente, soporte pre y post-venta, apoyo en marketing, servicios financieros y, por supuesto, con nuestro portal de compra online, que les ofrece todo lo necesario para desarrollar su negocio y crecer.

### Con más de 20 años en el sector de la distribución ofrece una visión consolidada del propio sector, bajo su experiencia, ¿cómo ha evolucionado la distribución en los últimos años? ¿Hacia donde se encamina?

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 2021 veremos cómo la transformación digital empuja al canal a incorporar nuevos modelos de venta. Asimismo, la especialización ya no es un lujo, es una necesidad para competir. Como mayorista de referencia en España, MCR ha trabajado y trabaja para adoptar todos esos nuevos modelos de negocio como propios y trasladarlos al canal junto con servicios especializados que les ayudan a crecer.

### Respecto a lo anterior, ¿qué valor adquiere el canal online para la distribución?

Como decía, estamos ante un momento clave para el canal de distribución. El canal ha sido siempre el motor de la modernización,



y además ha sabido estar a la altura en un momento crítico como ha sido la pandemia. En los próximos años veremos (ya estamos viendo) muchos dealers penetrando en nuevos mercados, en muchos casos mercados profesionales, y veremos crecer la tendencia hacia los marketplaces (especialmente protagonistas en algunos segmentos, como los productos de movilidad o de lifestyle). Nos queda mucho por ver.

### Por último, y centrándonos en la actualidad que está marcada por la COVID-19, ¿considera que la pandemia ha influido de algún modo en el mercado de la distribución? ¿De qué modo? ¿Ha ayudado el canal online a hacerle frente?

Sin duda ha afectado. En algunos casos para mal (en nuestro caso, por ejemplo, sufrí bastante nuestra división de papelería y material de educación, por razones que todos comprendemos), y en otros casos para bien o muy bien, con segmentos como la movilidad o el ocio digital creciendo en algunos casos por encima del 100%.

Para MCR, desde luego, 2020 fue un buen año (terminamos por encima de las previsiones, con un crecimiento de dos dígitos). El hecho de que clasificaran nuestra actividad, la de la distribución, como actividad esencial y, por supuesto, el extraordinario esfuerzo de todo el personal durante toda esta etapa nos han dado el empujón que necesitábamos para aprovechar el buen comportamiento que se estaba generando en el sector.

