

# “El sector ha ido evolucionando, cambiando e incorporando figuras”

*Ernest Quingles Blasi, presidente ejecutivo de Epson Ibérica*



Desde Epson, opinan que el sector ha ampliado su estructura, atomizándose, incorporando nuevos actores y, sobre todo, estratificando más todo el mapa de distribución con el objetivo de la especialización y la máxima satisfacción del cliente final.

**E**rnest Quingles Blasi, presidente ejecutivo de Epson Ibérica, estaba iniciando su último año antes de licenciarse en Esade cuando Electromarket se publicó por primera vez en septiembre de 1987.

“El sector ha ido evolucionando, cambiando e incorporando figuras”, comienza su análisis de estos casi 28 años. En ese sentido, ha habido empresas que, especialmente en los últimos años, han dejado de estar presentes y otras que, al contrario, se han hecho fuertes con el paso del tiempo. “La evolución del sector ha ido siempre de la mano de la progresión de la propia sociedad donde la tecnología y, muy especialmente, la telefonía y la electrónica de consumo, ha llegado a globalizar su presencia en nuestras vidas”, reflexiona.

Precisamente, Epson Ibérica este año celebra su 25 aniversario. “Somos una empresa que ha crecido en doble dígito, sirviendo actualmente a cerca de 7.000 clientes. 25 años donde la innovación y la inversión en I+D ha sido, seguramente, el aspecto ineludible para la salud empresarial”, asevera Quingles Blasi.

## **Expectativas superadas**

¿Qué productos cree que han sido los más innovadores y que han marcado más la marcha del sector, tanto de su empresa como de otras? El presidente ejecutivo de Epson Ibérica contesta que “la irrupción de la imagen digital, en general, fue el cambio de tendencia y el inicio de un cierto boom del sector”. Añade que evidentemente hay que hablar de los teléfonos móviles y, más tarde, de los smartphones y tablets como algo de más reciente aparición, pero cuya importancia ha sido vital para el sector de electrónica de consumo. “Yo, particularmente, viví la llegada

de estos productos en primera persona en mi etapa al frente de una de las empresas más importantes del sector de la distribución. Los resultados y el devenir en el sector han superado de largo las expectativas iniciales”, matiza.

Por otro lado, Quingles Blasi destaca “algo más reciente, más real, más tangible: la tecnología wearable inteligente”. O sea, los productos “llevables”. En el caso de Epson, han sido pioneros en el lanzamiento de smartglasses y han sido capaces de ponerlas en el mercado, “con notable éxito en cuanto a la aceptación social, particularmente en usos en entornos B2B”. “Es y va a ser una auténtica revolución, así como los relojes inteligentes y pulseras para medición de constantes y para el cuidado de la salud personal. Nuestro liderazgo en tecnología de imagen digital y nuestros esfuerzos en I+D, muy especialmente, en tecnología propia, ya es un éxito de por sí”, manifiesta.

“La irrupción de la imagen digital fue el cambio de tendencia y el inicio de un cierto boom del sector”

Sobre las perspectivas de futuro, este directivo las ve con optimismo. “Los signos económicos nos ayudan a pensar de forma positiva y somos conscientes de nuestra capacidad y nuestra firme decisión de aportar soluciones propias que se alineen con este crecimiento. La recuperación ya está en marcha y comienza por los entornos B2B”, asegura. ▀