



# “La tendencia es la integración de tecnologías”

Entrevista a Jay Lin, Gerente Regional de Vivotek

*Participante activo del seminario ofrecido por la marca en nuestro país, Jay Lin demostró poseer un cabal conocimiento de nuestro mercado, sus formas y sus costumbres. En esta entrevista, nos habla de Vivotek y sus políticas de crecimiento.*

**F**undada en el año 2000, Vivotek se transformó rápidamente en uno de los principales fabricantes de la industria de vigilancia IP. Especializada en la integración de componentes audiovisuales para operar en red, la compañía utiliza sofisticadas tecnologías y, a través de su equipo de Investigación y Desarrollo, diseñó una amplia gama de productos de vigilancia con tecnología IP.

“Vivotek tuvo, en sus inicios, algunas dificultades para desarrollarse en el mercado, básicamente porque el mercado no estaba preparado aún para ese tipo de tecnologías. Sin embargo, en poco tiempo se posicionó como uno de los referentes y hoy, en un ranking mundial elaborado por el IMS, la compañía se encuentra en el séptimo lugar entre los fabricantes de tecnología IP”, cuenta Jay Lin, Gerente Regional del Departamento Internacional de Ventas de Vivotek.

Jay Lin fue una de las autoridades de la empresa presentes en nuestro país y con él dialogamos acerca del presente del fabricante, sus próximos desarrollos y su apuesta en el mercado argentino.

## - ¿Cuáles son los planes de la marca para nuestra región?

- Tenemos fundamentos tecnológicos para seguir creciendo, principalmente desde nuestro departamento de Proyectos y Ventas, integrado por personal que habla español, lo cual nos da la posibilidad de entablar relaciones mucho más fluidas con el mercado de habla hispana. Es un mercado en el que tenemos puestas muchas expectativas y en el que, año a año, registramos un crecimiento sostenido. Para ello nos apoyamos en nuestros distribuidores locales, quienes conocen en profundidad el mercado y son quienes pueden acercarnos a mayor número de clientes.



Jay.lin@vivotek.com

## - Las condiciones de nuestro mercado cambiaron, ¿cuáles son las estrategias para posicionarse?

- Hay dos aspectos que deben ser considerados, especialmente, para hablar del mercado argentino. En primer lugar, debemos hablar de las condiciones técnicas de los equipos, como la tarjeta SD. Al no poder ingresar al mercado argentino cámaras con ese tipo de tarjetas, teníamos dos caminos: adaptarnos o retirarnos. A diferencia de otras marcas, Vivotek decidió adaptarse a las reglas locales y reconvirtió toda una línea de productos para el mercado argentino. Y nos fue bien. No significa esto que estemos satisfechos con nuestra participación en el mercado, pero nos deja tranquilos saber que los clientes siguen recibiendo atención a través de nuestros distribuidores. Por otra parte, debemos mencionar el tema importación, que no es algo que nosotros podamos modificar. Es una política local y lo único que podemos hacer aceptarla y seguir trabajando según las reglas.

## - Tras algunos intentos fallidos, ¿cómo eligieron a sus representantes?

- En realidad, nuestra meta es que los distribuidores sigan nuestro ritmo, que se comprometan con nuestras metas y acompañen nuestro crecimiento. Te-

nemos políticas muy agresivas al respecto y señalamos pautas muy claras. Esto significa que vamos a acompañar a nuestros distribuidores en la medida que ellos se comprometan con nuestros objetivos.

## - ¿Creen que pueden seguir creciendo en nuestro mercado?

- No estamos satisfechos con el nivel de ventas, pero somos conscientes de que no es problema de la tecnología que ofrecemos, ni de nuestros productos, ni mucho menos de nuestros distribuidores, sino que en las actuales condiciones, el mercado argentino tiene un crecimiento mucho más lento del que podría tener. Hay fábricas que no pueden importar ni siquiera materias primas por lo que podemos estar tranquilos en lo que a nuestra parte respecta. Lógico que queremos crecer, pero será a su tiempo. Es un país muy atractivo y que tiene aún mucho por crecer.

## - ¿Qué nivel de conocimiento encontraron en el profesional argentino?

- Argentina tiene un nivel de conocimiento muy alto en cuestiones de tecnología. Si bien el técnico argentino está informado, no son tantos los que tienen la totalidad del conocimiento acerca de cómo instalar o configurar una solución IP. Es por eso que creemos que hay que seguir invirtiendo en capacitación, en ayudar con información al cliente.

## - ¿Cuáles son los proyectos para los próximos años?

- Los proyectos son mejorar nuestra tecnología y trabajar con la meta puesta en la integración de productos, que es la tendencia mundial en sistemas de seguridad. Hoy no se habla de incorporar constantemente innovaciones a una cámara, sino lograr que ésta pueda ser integrada con otros sistemas de seguridad. ■

