

Alex Gutiérrez

Gerente de territorio región andina de Bolide Technology

Proveedor de soluciones de videovigilancia, Bolide estuvo en nuestro país a través de uno de sus representantes, con quien hablamos acerca de la actualidad de la compañía, la importancia de los nuevos desarrollos y el trabajo con los canales para ganar nuevos mercados.



Bolide Technology Group desarrolla y fabrica soluciones de videovigilancia. Desde su sede, ubicada en San Dimas, California, con oficinas en México, Guatemala y Colombia y mediante una extensa red de representantes y distribuidores autorizados en Estados Unidos y Latinoamérica, la compañía ofrece productos de seguridad con alto desempeño integrando tecnología IP y analógica, brindando diferentes alternativas para proyectos de videovigilancia.

El portafolio de Bolide incluye, además de cámaras y PTZs avanzados, soluciones de videograbación, monitores y sistemas matriciales, completando su amplia oferta

con accesorios como cables, conectores y suministros eléctricos.

Con casi veinte años de experiencia ofreciendo productos de alta calidad al mercado, tecnología de punta y un excelente servicio al cliente, Bolide Technology Group tuvo un rápido desarrollo, convirtiéndose en uno de los proveedores de crecimiento en la industria de la seguridad en video.

Todos sus productos cumplen los estándares de ONVIF para facilitar la integración con otros fabricantes que complementan la seguridad IP.

Algunos de los mercados para los que ofrece soluciones son el bancario y financiero, gobierno, salud, transporte,

el mercado residencial y del retail.

“Presentarnos ante un público exigente y conocedor de tecnología es importante para nuestra compañía, ya que nos permite dar a conocer la marca y a toda la gama de productos que ofrecemos. Además, nos sirve también para estar al tanto de las novedades del mercado, las tendencias en seguridad y, básicamente, qué puede requerir el usuario en la actualidad, cuáles son las herramientas que necesita y de qué manera podemos proveerlas”, señaló Alex Gutiérrez, Gerente territorial de Bolide, acerca de su presencia en nuestro país para brindar una conferencia en el IP-in-action-LIVE, organizado por

IP UserGroup. “Viendo la recepción de las nuevas tecnologías y si hay interés en nuevas aplicaciones es que desarrollamos los productos necesarios para el sector. Por otra parte, una vez que incorporamos nuevas tecnologías, cada producto tiene una etapa de crecimiento y maduración”, explicó el Gerente territorial de la marca.

“Hay mercados en los que la tecnología IP lleva mucho tiempo implementándose, como México. Otros, como Ecuador o Perú son mercados incipientes mientras que en Argentina se ve, hoy, una fuerte inversión en ese sentido”.

- ¿Cuáles son sus canales de llegada al usuario?

- Básicamente trabajamos con distribuidores e integradores, a los que capacitamos ofreciéndoles las herramientas necesarias para crecer en su actividad. Este es un mercado amplio, donde se generan nuevas necesidades y es ahí donde apuntalamos al distribuidor. El integrador, en cambio, tiene distintos nichos de mercado y requiere de otro tipo de apoyo por parte del fabricante, un acompañamiento más integral, desde que presenta su proyecto de seguridad hasta que lo pone en marcha. El integrador ofrece soluciones sofisticadas, con productos acordes a las necesidades de sus clientes. Es por eso que tenemos, para ambos canales, un tratamiento bien diferenciado.

- ¿Cuál es la inversión en tecnología?

- Un gran porcentaje de las ganancias de la compañía se invierten en investi-

gación. De hecho, estamos trabajando en nuevos productos que diseñamos en base a dos premisas: por un lado la necesidad del mercado y por otro la rentabilidad que esa tecnología puede ofrecer. Porque en definitiva, además de proveer soluciones, toda empresa busca hacer buenos negocios. Es importante escuchar al mercado pero también es fundamental que la compañía proponga nuevas soluciones que luego, a través de la capacitación y distintas estrategias de comercialización, comiencen a ser volcadas al mercado. No seríamos competitivos si

siempre estuviéramos fabricando productos similares a los ya existentes, desatendiendo nuestra propia inquietud de proponer nuevas soluciones.

- ¿Qué mercados muestran hoy mayor crecimiento?

- Hay mercados como el mexicano que lleva mucho tiempo utilizando tecnología IP, lo cual lo diferencia de otros países como Ecuador o Perú, donde todavía lo analógico es muy fuerte. Si vemos países como Argentina, por ejemplo, donde la inversión en IP es constante. Todos los países tienen distintas realidades y diferentes necesidades. En general, América Latina es un mercado interesante por la gran demanda de nuevas tecnologías.

- ¿Cómo ve la brecha tecnológica entre el norte y el sur de América?

- Hoy la brecha tecnológica es muy pequeña, en general el profesional

conoce las nuevas tecnologías y sabe cómo y dónde puede aplicarlas. También es muy importante conocer el momento en el que una tecnología puede masificarse, lo cual hace que resulte más fácil la introducción de nuevos productos. La presencia de los integradores en distintos proyectos es muy importante para comenzar a posicionar una marca. Lógicamente que una empresa con soluciones de avanzada tiene mucho más posibilidades de hacerse fuerte más rápidamente, pero siempre va a ser el integrador el que va a fortalecer su presencia. Para esto tiene que capacitarse constantemente y aplicar las nuevas tecnologías para ganar nuevos negocios.

- ¿Territorialmente, cómo evolucionó la empresa?

- Bolide ha ido conquistando terreno poco a poco, posicionándose en cada mercado de manera gradual. El departamento de marketing es importante para potenciar al crecimiento, ya que está constantemente buscando nuevos eventos y sitios en los que podemos dar a conocer nuestras soluciones. Esto hace que las expectativas de crecimiento para América Latina sean realmente importantes. Mientras que en mercados en los que la compañía está presente desde hace más tiempo esperamos un crecimiento del orden del 9% anual, en la región la expectativa es crecer en dos dígitos, aumentando considerablemente nuestra participación en los distintos segmentos. ■

+ datos: www.bolideco.com