

## “Mirar la industria de la seguridad de manera global”

### ¿Cuándo se integra a esta actividad?

He estado en el mercado de la seguridad desde 1981. Tuve la oportunidad de unirme a la empresa Walter Kidde como vendedor en sistemas de seguridad y de incendio. Fue para mí una situación ventajosa, ya que en el mundo se comenzaba a vivir una etapa de mayor preocupación en lo que se refiere a seguridad y que aún hoy continúa. A través de los años fui afianzándome en el camino de las ventas, desde la Gerencia de ventas, pasando por la Gerencia Ejecutiva, hasta convertirme en un verdadero “businessman”, es decir, ser el único responsable por los resultados de las compañías que dirijo. He trabajado en los tres niveles principales de la cadena de distribución: como fabricante, como integrador y como distribuidor de productos, por lo cual, comprendo tanto las necesidades del usuario final, como las del integrador y las del fabricante. También soy miembro de ASIS (en su traducción castellana: Sociedad Americana de Seguridad Industrial) y Presidente de SIA (en castellano: Asociación de la Industria de Seguridad).

MERCOSUR que ahora van más allá de la cooperación económica y parecen dirigirse hacia una gran cooperación política. En líneas generales podría decir que se debe mirar al mercado de la seguridad de una manera más global, instituyendo relaciones comerciales estables con los países de la región. Una estrategia inteligente es aliarse con una empresa fuerte a nivel mundial, tal como lo hizo CODAS Electrónica cuando se unió a ASSA ABLOY en 2002. Creo, además, que una situación política y un tipo de cambio estable darían confianza a las empresas extranjeras para invertir dinero en América Latina, lo cual promovería un mayor consumo en elementos y servicios de seguridad.

### ¿Cuáles son los proyectos de HID para el futuro?

Nos encontramos en continuo crecimiento, tanto externamente mediante adquisiciones específicas, como corporativamente. Esto último ha sido un poco más lento (desde fines de los '90), pero no por eso menos positivo. Estamos en el proceso de desarrollo y promoción de la nueva generación de tarjetas inteligentes sin contacto y



*Joe Grillo nació en Connecticut (EE.UU.) y se graduó con honores en esa Universidad en 1979. Se unió a HID como Gerente de ventas en 1993 y fue promovido a Vicepresidente Ejecutivo en 1999 y CEO en 2000. En enero de 2001 HID fue adquirida por ASSA ABLOY propiciando que en 2002 asumiera como Presidente y CEO del grupo. Su pensamiento y su visión en esta entrevista.*

### ¿Cómo ve el mercado de la seguridad en el mundo y en Latinoamérica?

Hasta hace diez o aun cinco años, este mercado no era así. La razón es que hay una creciente tendencia, en lo referente a seguridad, a darle mayor importancia dentro de nuestras vidas; la industria de la seguridad se ha ido consolidando como una gran franja de negocios y esto es evidente. En cuanto a Latinoamérica, no soy experto en esta área en particular. Sin embargo, creo que son mercados emergentes con manifiestas oportunidades de crecimiento. No solo por sus grandes poblaciones y economías, sino también porque creo que América Latina ofrece posibilidades de fabricación muy satisfactorias debido al buen nivel técnico que se encuentra y a sus bajos costos de mano de obra. Probablemente la zona sur del continente sea la que ofrezca las mayores oportunidades, dada la coordinación de los intereses del

los lectores de alta frecuencia (13.56Mhz). También estamos desarrollando intensivamente la tecnología de lectores de tecnología ASIC, para bajar nuestros costos de producción.

### ¿Qué reflexión nos dejaría como “businessman” de una Corporación?

Bueno, voy a dividir mi respuesta en dos partes...

Como Corporación vamos a continuar invirtiendo en este excitante e importante mercado. Latinoamérica es una de las áreas más apasionantes para Assa Abloy en cuanto a desarrollo de negocios futuros, especialmente el MERCOSUR.

Y como “hombre de negocios” les diría a mis colegas que se enfoquen en sus clientes; en todo momento. En tiempos difíciles las empresas que proporcionan la mejor atención al cliente, son las más exitosas y sobreviven hasta que la situación económica mejora.