



natacha.jaramillo@fargo.com

Natacha Jaramillo

FARGO

Representante de Fargo en la reciente exposición de seguridad llevada a cabo en La Rural. Entrevistada por RNDs®, la Ejecutiva de Ventas para Latinoamérica, explicó los beneficios de pertenecer a un líder mundial en soluciones para control de accesos como HID y actualizó la realidad de Fargo en nuestro mercado.

Fargo Electronics Inc. fue fundada en 1974 y desde entonces se ha convertido en la empresa líder en el desarrollo de tecnología para sistemas de emisión de tarjetas de identificación. Actualmente es la única empresa del mercado con más de una plataforma tecnológica para la impresión de tarjetas plásticas, todas patentadas. Una de las características principales de nuestros productos es que son fáciles de usar, a precios accesibles, permiten tener una excelente calidad de impresión y varias opciones: tarjetas inteligentes, con chip de contacto o de proximidad.

Integrante de HID Global, perteneciente al grupo Assa Abloy, Fargo experimentó un sostenido crecimiento en todos los mercados a la par que amplió sus posibilidades de inserción en la región latinoamericana, donde años antes no tenía demasiada presencia.

- ¿Cuáles son los principales mercados de Fargo?

- La empresa está presente en todo el mundo, pero hablando en América Latina en específico, si bien el mercado más importante, por su volumen de negocios y su cercanía con Estados Unidos es México, tenemos numerosos clientes en economías emergentes que han tenido un crecimiento estable y se han mantenido, como lo es el caso de Colombia. También en Brasil, que es un mercado geográfico muy grande en el cual pronosticamos un gran crecimiento.

Creemos que dentro del mercado latinoamericano hay mucho para hacer aún, es un mercado que recién comienza a ver las posibilidades que brindan las tarjetas inteligentes.

- ¿Cuánto hace que están presentes en nuestra región?

- En Latinoamérica en general ya llevamos un buen camino recorrido y par-

titularmente en Argentina tenemos presencia a través de diferentes canales de distribución que atienden a diferentes mercados verticales.

- ¿Eso es fruto de la alianza con HID?

- Sin dudas esta alianza nos ha abierto puertas desde los dos últimos años. Hoy, gracias a nuestra alianza con HID Global, estamos aumentando nuestra presencia en países y mercados a los cuales no teníamos acceso anteriormente, ya que contamos con una infraestructura más grande y un nombre muy bien reconocido como respaldo.

"En Argentina, como en otros países de Latinoamérica, tienen una necesidad creciente de productos y servicios de seguridad, lo cual nos ofrece un importante aliciente para establecernos firmemente en el país."

- ¿Cuáles son sus canales de distribución?

- Contamos con una red de distribuidores de la cual estamos muy orgullosos, ya que se trata de empresas serias, íntegras y que siempre agregan valor a nuestros productos. Fundamentalmente eso es lo que buscamos: que nuestros canales sean empresas que vendan más que solo una impresora y tengan la capacidad de brindar servicios que lleven nuestros productos a proyectos de mayor envergadura; todos tienen una importante trayectoria en cada uno de sus mercados. Esa es la red que da sustento a nuestra presencia y de la cual estamos orgullosos.

- ¿Cuál es el mercado al que apuntan?

- Fundamentalmente al de control de acceso. Queremos estar presentes en cada

solución de identificación con tarjetas inteligentes, pues contamos con la mejor tecnología de impresión sobre estas tarjetas, lo cual ofrece una gran ventaja competitiva; estamos preparados para responder a todas las necesidades del mercado.

Queremos evitar el uso de tarjetas sin personalización como método de identificación, buscamos convertir el control de acceso visual como el primer paso de verificación y como complemento al electrónico, aprovechando la fuerza de la marca HID como líder indiscutido en este mercado.

- ¿Qué concepto tienen del mercado Latinoamericano?

- América Latina es un mercado único y a veces clasificarlo cuesta porque cada uno de sus países tiene características propias y formas de negociación diferentes, las cuales lo convierten en un mercado interesante y desafiante.

- ¿Qué motivó a la empresa a fijarse en nuestro mercado?

- Lo interesante del mercado argentino es el volumen de ventas que ha alcanzado en los últimos tiempos y el potencial que aún tiene. Además, su cercanía con otros países como Uruguay, Paraguay, nos da la posibilidad de abrir nuevos frentes de negocios.

- ¿Qué balance hacen de su presencia en Seguriexpo, comparando su visita a la del año pasado?

- Sin dudas el balance es altamente positivo. Vimos un mercado en crecimiento, que sigue incorporando tecnología y con un gran necesidad de elementos que sumen beneficios a la hora de implementar un plan de seguridad, cualquiera sea el rubro. Contamos en Argentina con dos socios estratégicos, los cuales están poco a poco brindando un posicionamiento firme en el país. ■