



pablo@intracom.com.ar

Intracom S.A.



Empresa surgida en Alemania con más de dos décadas de presencia mundial, Intracom ofrece, a través de sus líneas Manhattan e Intellinet, el equipamiento y soporte necesario para la implementación de soluciones, informáticas y de seguridad, que involucren redes de transporte de información.

De origen alemán, *Intracom* es una empresa posee filiales en distintas partes del mundo, entre ellas Argentina, Bélgica, Chile, Italia, México, Polonia Uruguay y estados Unidos. Todos sus productos son fabricados en exclusividad en China, Taiwán y Corea bajo dos marcas propias y ya reconocidas en todo el mundo: *Manhattan* e *Intellinet*. La primera de ellas engloba productos y componentes para PC mientras que la segunda es una línea de productos activos y pasivos para redes. Con la marca *Intellinet*, además, *Intracom* distribuye al mercado una línea de cámaras IP para videovigilancia, enfocadas tanto para el segmento de la mediana y pequeña industria y el uso hogareño hasta instalaciones de mayor envergadura.

- ¿En qué año iniciaron sus operaciones?

- *Intracom* se constituyó en 1987 y se estableció en Argentina en 1996. Desde los inicios la empresa mantiene sus marcas y la filosofía es brindar una solución completa: desde el tipo de cable a utilizar hasta como utilizarlo, que tipo de rack es necesario, etc., hasta llegar, por ejemplo, a la instalación de una cámara de red. Tenemos actualmente 1700 productos de los cuales 460 corresponden a la línea *Intellinet*.

- ¿Cuáles son sus canales de venta?

- No tenemos contacto con el consumidor final sino que trabajamos con instaladores o integradores, a nivel mayorista o minorista, a través de distribuidores en todo el país. No tenemos tampoco venta a consumidor a través de web (sí tienen acceso a ese servicio nuestros clientes) ni locales de venta directa. Lo que hacemos es enviar catálogos de productos, con las novedades y actualizaciones, y a través de nuestros distribuidores llegamos a ellos.

- ¿Ofrecen asesoría o intervienen en algunos proyectos?

- No es la metodología de la empresa dedicarse a ningún tipo de proyectos. A través de distintos departamentos asesoramos a nuestros clientes acerca de que solución implementar y que productos

deben utilizar para llevarla adelante, pero no nos involucramos de ninguna manera en el proceso de esa implementación. Las instalaciones o la ejecución de cada proyecto corren por cuenta de nuestros clientes.

- ¿Tienen en vista incursionar en otros segmentos de la seguridad?

- Solo nos vamos a dedicar a cámaras y especializarnos en toda la tecnología que ello implica. Nuestra intención no es abarcar otros mercados o segmentos de seguridad sino que nuestra experiencia y conocimientos están en el área de redes e informática y la videovigilancia está hoy estrechamente vinculada a este sector. Ofrecemos servicios sí a aquellas empresas que se dedican a la instalación, sea de cámaras o alarmas.

"Hay todavía en el país mucho desconocimiento sobre las cámaras IP y muchos creen que es un producto inalcanzable. El consumidor tampoco llega a dimensionar las diferencias con una WebCam ni la utilidad que puede darles"

- ¿Sus productos son de desarrollo y fabricación propia?

- Tenemos fábricas que trabajan exclusivamente para nosotros, con los estándares que nosotros pedimos. Hay que tener en cuenta, además, que no hacemos un producto distinto según el mercado: la misma cámara que se comercializa en Alemania o Estados Unidos es la que llega a Argentina.

- ¿El especialista en redes sigue reñido con la seguridad?

- Todavía hoy un poco le huye por una cuestión de desconocimiento. Mucha gente de informática, con toda su experiencia en redes, no tiene conocimientos básicos en

cámaras IP, que necesitan, para una correcta configuración, un mínimo de conocimientos de instalación y teoría de redes. En ese punto es donde los instaladores o técnicos no especializados fallan. No es lo mismo configurar una PC o un router que una cámara IP, que como dije, necesita de unos conocimientos básicos que hoy, el 95% de los especialistas en redes no tienen.

- ¿Cómo se revierte esta tendencia?

- Nuestra experiencia marca que hay mucho interés en las cámaras IP y a la vez, en nuestros road shows y seminarios, nos damos cuenta, por el tipo de preguntas que recibimos, del desconocimiento acerca de este tipo de productos. Hacemos seminarios basados en redes inalámbricas y cámaras IP y los asistentes demuestran el interés por la tecnología. Además, debemos tener en cuenta que la cámara IP no solo puede cumplir funciones de seguridad sino que puede un eficaz medio de control para aquellos, por ejemplo, que quieren ver su campo, un silo, equipos trabajando a distancia, etc. También hay escuelas que tienen cámaras para que los padres puedan ver qué hacen sus hijos en el lugar, lo que convierten a la cámara no solo en una herramienta de seguridad sino también en un aliado del marketing.

- ¿Qué proyección ven para el negocio del IP y cuál es el porcentaje de crecimiento para la empresa?

- Para el segmento de cámaras IP de nuestra empresa tenemos proyectado hasta 2013 un crecimiento del 50% anual. Hoy ya estamos viendo esa progresión y no creemos que haya factores que la modifiquen demasiado. En cuanto a la empresa, está creciendo casi un 15% anual y no creemos que esa tendencia tampoco vaya a modificarse. Tenemos un 2011 pre-electorales, con lo cual algunas tendencias y proyectos pueden tener un freno temporario, básicamente por las dudas lógicas del mercado. Pero mientras el dólar no se mueva y el mercado mantenga su estabilidad, la curva de crecimiento va a sostener esos parámetros. ■