

Territory Sales Manager de Bolide Technology Group



mariafernanda@bolideco.com

María Fernanda Barragán

Con casi dos décadas de presencia en el mercado, Bolide busca establecer en Argentina su sede para atender a los países del sur de Latinoamérica. Hablamos con una de las representantes de la marca, quien nos contó acerca del presente y los proyectos de la compañía para nuestra región.

El grupo *Bolide* es un importante fabricante y distribuidor de productos y accesorios de vigilancia por CCTV en todo el mundo con certificación ISO 9001. Con casi veinte años ofreciendo productos de alta calidad y tecnología de punta, sumado a un excelente servicio al cliente, Bolide es una de las empresas de más rápido crecimiento y uno de los proveedores más solicitados de la industria.

La compañía, de origen norteamericano, ofrece una completa línea de CCTV, que incluye cámaras, videograbadoras digitales, monitores, sistemas matriciales y PTZ avanzados, completando su oferta con accesorios como cables, conectores y suministros eléctricos.

Desde su moderna sede, ubicada en el sur de California, y a través de una red de representantes, la empresa ofrece productos de seguridad de alto desempeño con el foco puesto en la competitividad de sus precios. "La calidad de un producto no necesariamente debe trasladarse en el precio al usuario, sino que se puede desarrollar tecnología de última generación a un costo accesible para la industria", dice **María Fernanda Barragán, Territory Sales Manager de Bolide**, durante la charla con *este medio* en un paréntesis del evento organizado en nuestro país por IP User Group Latinoamérica.

- ¿Cuánto hace que tienen presencia en el mercado global?

- *Bolide Technology Group* es una compañía de origen norteamericano con casi 20 años en el mercado. La fábrica certificó ISO 9001, lo cual garantiza los procesos de fabricación de todos sus productos. La empresa está enfocada en el CCTV, tanto analógico como IP, entregando a sus clientes soluciones completas, desde los accesorios hasta las cámaras, con una gama de productos muy amplia. Esta característica nos permite trabajar en cualquier mercado: desde el mercado más pequeño, donde se trabaja en la competencia por precio, hasta en proyectos con grandes marcas mundiales, donde, gracias a nuestra tecnología, también tenemos elementos para competir con éxito.

- ¿Cuáles son los principales mercados de la compañía?

- Nuestro mercado más fuerte es Estados Unidos, de donde es originaria la fábrica. En Latinoamérica tenemos oficinas en México para atender ese mercado específicamente; también tenemos una oficina en Guatemala, desde donde abastecemos a países como Costa Rica, Panamá y todo Centroamérica y una oficina en Bogotá, desde donde atendemos a toda la región andina (Colombia, Perú, Ecuador, Venezuela) y ahora estamos en Argentina buscando establecernos para atender desde aquí a toda la región del Cono sur.

"El integrador argentino tiene un amplio conocimiento de la tecnología P, lo cual favorece a nuestra compañía. Por eso es que buscamos establecernos aquí como sede para atender todo el Cono sur"

- ¿Qué los caracteriza como fábrica?

- Más allá de la tecnología que ofrecemos, hay dos puntos que se respetan siempre: reglas claras para nuestros distribuidores y constante atención al cliente. Nuestras reglas de juego son muy claras: buscamos distribuidores por región, no más de dos, que se comprometan con la marca y que tengan un departamento técnico al que podamos capacitar. Con esto le damos tranquilidad al integrador, que se siente respaldado, y al cliente, de que tiene una fábrica soportando la solución instalada.

- ¿Cuál es su relación con el cliente?

- Estamos en un proceso continuo de desarrollo escuchando a nuestros clientes. De hecho, muchos productos nacieron por sugerencia de ellos. En la línea IP lanzamos una cámara megapíxel, por ejemplo, que tuvo muy buenos resultados en Estados

Unidos, pero por costos y ancho de banda, no podía aplicarse en otros mercados, por lo que tuvimos que desarrollar una línea estándar. Ésta nace a partir de que un integrador nos mencionó una cámara de otra marca, pero a un precio inaccesible para ese proyecto. En ese momento, nosotros no teníamos qué ofrecerle para poder competir, por lo que desarrollamos, entonces, esa cámara IP estándar. Siempre estamos observando el mercado y las tendencias, pero para nosotros lo que más importa es el cliente.

- ¿Cómo toman el paso de lo analógico a lo digital?

- Somos desarrolladores de tecnología y nuestra misión es capacitar al integrador para que se vaya familiarizando con la tecnología y se adapte a los cambios. El paso de lo analógico a IP se está dando de manera paulatina, pero constante. Sin embargo, la parte analógica también crece. Nuestro objetivo no es competir por precios; nuestros productos no son los más económicos del mercado, ni tampoco queremos que lo sean. Apuntamos a que los clientes encuentren la solución completa en una sola marca, cuyo precio no genere la necesidad de buscar otros proveedores.

- ¿Qué expectativas tienen en nuestro mercado?

- Las cámaras megapíxel tienen un futuro auspicioso aquí, donde se ha hecho una gran inversión en redes. Por eso es que estamos tratando de establecer alianzas con distribuidores locales, para poder atender desde Argentina a toda la región del Cono sur. Creemos que existe personal altamente capacitado y muy conocedores de la tecnología, sobre todo en el tema IP, lo cual favorece también a nuestra compañía ■

Specialize in CCTV, Security Equipment and Surveillance

Bolide Technology Group
www.bolideco.com

MARIA FERNANDA BARRAGAN
Territory Sales Manager