

Digifort

Software de seguridad e inteligencia en monitoreo de video

Con casi una década en el mercado argentino y con presencia en distintos países del mundo, Digifort propone una solución de seguridad escalable, con soporte de por vida y constante actualización. Juan Pablo Moraes, Product Manager de la marca, habla sobre las novedades para este año.



DIGIFORT



www.digifort.com



operaciones@digifort.com

Con sede en São Caetano do Sul, San Pablo, Brasil, y diversas filiales y oficinas por todo el mundo, Digifort está presente en más de 120 países y su sistema está traducido a más de 18 idiomas. La empresa tiene una sólida reputación y alcance a nivel global, gracias a una solución que prioriza la excelencia y el soporte de las necesidades actuales de los softwares de seguridad.

Digifort se presenta con productos que abarcan todas las necesidades de vigilancia e inteligencia de monitoreo de video, desde sistemas locales hasta grandes instalaciones múltiples, administradas por una central única de vigilancia.

En Argentina, Digifort cuenta con oficinas comerciales, desde donde también se atienden los mercados de Uruguay y Paraguay. También se brinda de manera local soporte pre y posventa a toda la cadena de clientes.

“Uno de los principales desafíos de Digifort en Argentina, para este año, es comenzar a posicionarse como marca, trabajando no sólo con nuestros distribuidores sino también haciendo un trabajo directo con el integrador. Ya hace diez años que la marca está en el país y si bien está posicionada, creemos que es momento de intensificar el trabajo para lograr una mayor presencia en el mercado”, cuenta Juan Pablo Moraes, Product Manager de la marca.

Gobiernos, sedes de Justicia, policía, fábrica e industria, universida-



des, escuelas y centros educacionales; clínicas y hospitales; hotelería y turismo, sector residencial, comercios, depósitos, supermercados y shoppings son tan solo algunos de los segmentos de mercado en los que se utiliza la plataforma Digifort.

“Hoy tenemos nuestra plataforma funcionando en más de 90 municipios de todo el país, además de todos los proyectos privados que llevamos adelante, logrando ser el VMS (Video Management Software) más vendido no sólo de Argentina sino de Latinoamérica”, detalló el directivo.

- ¿Cómo van a trabajar en esta nueva etapa?

- Vamos a posicionarnos de manera local, directamente como marca trabajando fuertemente en hacer conocer la herramienta que ofrece la empresa y para quienes la conocen, mostrarles las nuevas capacidades que estamos incorporando a

la plataforma. Esto no significa que dejemos de trabajar con nuestros canales de distribución ya conocidos, entre los que se encuentran Dialer, ARG Seguridad, Microcom, Selnet y Anixter; sino que la idea es que el integrador se acerque a nosotros como marca, con presencia local. Queremos que sepan que pueden contar con nosotros para ayudarlos y asesorarlos en cualquier proyecto de VMS que quieran iniciar.

- ¿Qué le proponen al integrador?

- Básicamente que sepan que este tipo de herramientas está a su alcance, que pueden utilizar para cualquier tipo de proyectos una plataforma que hoy está siendo utilizada por los municipios más importantes del país y del mundo. En definitiva, que puedan tener un sistema de gerenciamiento total de seguridad aplicable a todo tipo de obras e instalaciones.

- ¿Cuál es el diferencial de la marca?
 - La principal ventaja de Digifort es que se trata de una plataforma abierta, que puede integrarse con más de 600 marcas de cámaras.

- ¿Cuáles serán las principales actividades este año?

- La idea es realizar una serie de roadshows, llevando nuestro producto a distintas provincias del interior del país, acompañando a nuestros distribuidores a distintos eventos y proponiendo nosotros también nuestros propios eventos como marca.

- ¿A qué segmentos de mercado apuntarán?

- Hoy estamos muy fortalecidos en el segmento de seguridad pública, con más de 90 municipios trabajando con nuestro software. En general se piensa en Digifort como un producto premium, para grandes soluciones de seguridad. Queremos mostrar que es posible lograr una solución más pequeña sin por ello perder rentabilidad. Hay distintas herramientas que ofrece el sistema que lo convierten en apto para solucionar la problemática de seguridad corporativa y residencial. Vamos a enfocarnos en countries y barrios cerrados, un segmento en el que tenemos mucho éxito y que está creciendo en el interior del país. Por eso es que queremos acercarnos a integradores de distintos puntos de Argentina, para que trabajemos en conjunto.

NUEVOS DESAFÍOS

“Uno de los propósitos, para este año, es expandir la marca en el país. Para ello estamos cerrando nuevos acuerdos de subdistribución”, señaló Juan Pablo Moraes.

“La empresa acompaña a todos sus clientes desde el inicio mismo de su proyecto, ya que tenemos la posibilidad de ofrecerle soporte cien por ciento gratuito de por vida, tanto en pre como en posventa. Por eso es que cada vez que un cliente se acerca con un proyecto, ponemos nuestra experiencia en sistemas de seguridad electrónica para ayudarlo, por ejemplo, con qué tipo de cámara debe utilizar, que sistemas puede integrar, etc., como para que logre un proyecto integral”, amplió el ejecutivo de Digifort.

- ¿Qué acompañamiento brindan al cliente?

- Como tenemos presencia local, el trato con el cliente es personalizado y



basamos nuestra política de venta en el soporte. También, a través de nuestros distribuidores, podemos ayudarlos en lo que se refiere a la financiación del proyecto. Otra alternativa es nuestra política de selección de proyectos, otorgando descuentos especiales a los distribuidores.

- ¿Tienen alianzas con fabricantes de cámaras?

- Dependiendo del proyecto y de la marca con la que el integrador se sienta cómodo, tenemos muy buena relación con la mayoría de las marcas del mercado y tenemos trato directo con ellas. Esto nos permite también contar con su ayuda en los diferentes tipos de proyectos. Además, la inte-

gración que ofrece Digifort permite, por ejemplo, que dentro de un mismo sistema de seguridad se utilice una marca y modelo de cámara para LPR y otra diferente para videovigilancia en sí. En definitiva, es el cliente el que decide qué marca usar.

“La idea para este año es crecer en soluciones, para lo cual estaremos presentando este año nuevos módulos y soluciones, intensificando nuestra presencia en el mercado tanto a través de nuestros distribuidores como a través de las acciones directas que realizaremos como marca, con un calendario de capacitaciones y roadshows que pronto daremos a conocer de manera oficial”, concluyó Juan Pablo Moraes. ■