

---

La publicación AVNetwork ha entrevistado a Rashid Skaf, el CEO de Biamp para obtener sus impresiones sobre cómo ha afectado la pandemia de 2020 a la empresa y su visión del futuro para la compañía de soluciones audiovisuales.

---

Con un primer trimestre de 2020 que supuso el mejor registrado en sus casi 45 años de historia, Biamp inicio el año con un optimismo que obedecía al éxito de ventas que ya cosechó en 2019. Entonces, llegó la pandemia, a todo el mundo, pero aún así, Rashid Skaf, presidente y CEO de Biamp, pronostica en la entrevista realizada a principios de diciembre, que el 2020 terminaría en una senda de crecimiento para ellos sobre el 2019.

Skaf da como clave para este éxito, a pesar de la pandemia que en marzo envió a los trabajadores de todo el mundo a trabajar desde sus casas, y detuvo la fabricación, la elaboración de una planificación táctica.



En marzo, observando lo que se avecinaba, comentó a su equipo: «Esto se va a poner difícil y será mejor que empecemos a planificarlo». Pusieron en marcha un programa para asegurarse de que podían arreglárselas a corto plazo, por si se producía una profunda caída de los ingresos, con la vista puesta en la posterior recuperación, en el plazo que fuera».

El equipo directivo de Biamp estableció tres principios: «Proteger a nuestros empleados, proteger la empresa y asegurarnos de que nos preparamos para el crecimiento una vez que el mercado regrese».

Skaf comenta que este año las áreas de negocio de Biamp centradas en la formación corporativa y las conferencias gubernamentales se han disparado y van increíblemente bien.

Los productos que han ayudado a las empresas a conectarse por medio de conferencias han acudido a las soluciones de Biamp. Skaf afirma que los clientes «Están comprando aquello que les gusta y están acostumbrados a usar, y en algunos casos lo que les convence es que nos conocen y nos valoran como empresa, de ahí que lo que están comprando sea la marca».

Con una de sus gamas de productos centrada en los espacios físicos de reunión, no es de extrañar que Biamp no lanzara tantos productos nuevos como había previsto en 2020. Pero Biamp arrancará el año con la incorporación de nuevos productos en enero de 2021. «El próximo año será un gran año para la producción de nuevos productos para nosotros».

Biamp comenzará 2021 con un enfoque conservador para el comienzo del año,

que seguirá a un plan para un gran crecimiento en la mitad posterior.

Sobre el plan de futuro, Skaf afirma que sigue convencido de que una de las vías de crecimiento de la compañía sigue siendo la compra de nuevas empresas. La adquisición de Huddle Room Technology (HRT) en febrero sería la única en el 2020. El motivo de frenar las adquisiciones, fue lógicamente la pandemia global.

Siendo Skaf una persona muy sociable, sostiene que cuando se sienta cómodo sabiendo que él y otros miembros del equipo de dirección pueden volar a diferentes lugares para celebrar reuniones en persona, volverán las adquisiciones. Y es que Skaf sostiene que es fácil comprar empresas, lo difícil y realmente importante es integrar al personal humano, «Tienes que integrarlos a todos juntos; tienes que hacer que la gente se sienta como parte de una familia.»

El estrategia de Biamp, a pesar de la pandemia, no ha cambiado: «Mejorar la tecnología y conectar a la gente a través de extraordinarias experiencias audiovisuales».

Si una de las cosas que ha traído que la gente se haya visto obligada a trabajar desde casa, ha ido darse cuenta de lo frustrante que es sufrir un mal audio. Poder disfrutar de una extraordinaria experiencia de audio se ha convertido en algo clave, y eso es algo, afirma Skaf, en lo lleva centrada Biamp sus 45 años en el negocio. Unos sistemas flexibles que se adaptan a la gente, en lugar de que la gente tenga que adaptarse a ellos.

Skaf termina la entrevista afirmando: «Nunca ha sido mejor momento para estar con Biamp».

Los productos y soluciones Biamp son distribuidos en España por AVIT VISION y están disponibles a través de su Red de Distribuidores Autorizados.