

BlueStar firma un acuerdo de compra con Impuls ID

Actualmente Impuls mantiene presencia operativa en España, Francia, Latinoamérica y Estados Unidos proporcionando a su red de clientes servicios de ingeniería técnica, soporte de marketing y acompañamiento comercial

BlueStar, compañía dedicada a soluciones innovadoras para la distribución de productos de punto de venta (POS), de identificación por radiofrecuencia (RFID), identificación automática (AIDC), tarjetas y seguridad (ID), además de productos móviles, ha anunciado la firma de un contrato de compra con Impuls ID Distribution, mayorista de sistemas de identificación automática y seguridad con sede en Sabadell, Barcelona, España.

"He tenido el privilegio de trabajar con la familia Impuls durante más de 12 años, su incorporación es vital en el proyecto global de BlueStar", comenta Bill Nix, vicepresidente de distribución global de BlueStar.

Actualmente Impuls mantiene presencia operativa en España, Francia, Latinoamérica y Estados Unidos proporcionando a su red de clientes servicios de ingeniería técnica, soporte de marketing y acompañamiento comercial.

"La forma que tiene BlueStar de gestionar el mercado encaja perfectamente con nuestra filosofía de negocio", apunta Albert Baranera, CEO de Impuls. "La manera en que ambas compañías construyen relaciones estrechas de negocio con fabricantes y clientes, basadas en el marketing presencial y el continuo soporte técnico-comercial dentro del territorio, nos llevará hacia la expansión del negocio bajo un liderazgo global con un enfoque local".

Incorporándose en BlueStar, Impuls continuará distribuyendo productos de identificación automática, identificación de personas y producción de CD-DVD.

"Impuls es un distribuidor de primera línea con presencia internacional, su incorporación proveerá continuidad y consolidación a ambas organizaciones en los crecientes mercados de AIDC y ID", afirma Steve Cuntz, presidente y CEO de BlueStar. "El equipo directivo de Impuls ha aceptado posiciones de gestión claves: con mayores responsabilidades y retos en los mercados donde tienen presencia territorial".

