

Entrevista con Ricardo Márquez gerente general de Dialer S.A.

Dialer S.A. se dirige a aumentar la participación en la facturación de los equipos nacionales, con desarrollos propios a nivel internacional y a comercializar equipos importados de CCTV, volcados de manera decidida a la tecnología digital. Pero quién mejor que uno de sus referentes, para contarnos los proyectos de la empresa.

«El crecimiento va a ser sostenido»

-¿Cuál es la actualidad de la empresa?

El 2004 es un año que creo que va a ser fundamental en la historia de la empresa; porque es un año de grandes cambios y avances para nosotros. Uno de esos cambios, es la nueva sede donde estamos ahora y a la que nos mudamos a finales de mayo. Esto nos da las posibilidades de organizar mejor la comercialización y la producción que teníamos muy acotadas en el lugar en el que estábamos, así como la de optimizar el servicio de atención al público, al que si bien le hemos dado el mejor trato que pudimos, teníamos restricciones propias de aquel lugar y que aquí están pensadas desde el "vamos".

Eso se suma a la salida de los nuevos productos, que es inminente. La puesta en funcionamiento de una nueva línea de producción, apuntada a que esos productos sean armados en montaje superficial con equipos propios que hemos adquirido para tal fin, se ha invertido tanto en maquinaria para el armado, como en matrices para su diseño estético.

-¿Qué los motivó a apostar a la producción?

A partir del cambio del escenario económico en la Argentina, con la devaluación de diciembre del 2001, empezó nuevamente a tener sentido desarrollar y fabricar equipos acá; actualmente estamos desarrollando equipos que están próximos a salir y que son paneles con comunicador.

Pero eso no quiere decir que dejemos de importar Pyronix; porque buscamos que nuestros equipos compitan en otro segmento. El equipo que nosotros estamos diseñando va a tener las características de los equipos importados con algunas prestaciones menos, para que no comparta el mismo nicho que la otra marca. De esta forma, podremos atacar con las dos marcas a todo el mercado del monitoreo. Y eso pensado, también, en poder exportar por lo menos en un primer momento, a todo el mercado latinoamericano.

-¿En que etapa se encuentra esa idea?

Estamos trabajando en un grupo de exportación auspiciado por *Fundación Exportar* y *Fundación Bank Boston*. Un grupo que se llama *GEME (Grupo Exportador del Mercosur de Electrónica)* y también estuvimos acompañando el proceso del grupo promotor de exportaciones de *CASEL*, con el cual se visitaron varias exposiciones aunque después perdió un poco de ímpetu, debido a que muchas empresas se volcaron más fuertemente a recuperar el mercado interno; pero justo ahora estamos haciendo en la Cámara un relanzamiento de ese grupo promotor de exportaciones y del que también pensamos formar parte.

-¿Y qué piensa del mercado internacional?

En la actualidad, las empresas latinoamericanas de seguridad se proveen, fundamentalmente, desde Miami, pero si bien allí los atienden en español, no quiere decir eso que estén hablando el mismo idioma, lo cual no deja de ser una

dificultad, ¿no es cierto? O mismo, la atención que les prestan a las grandes empresas, a las grandes firmas, no suele ser la misma que a clientes latinoamericanos. Por eso creemos, junto con otras empresas, que Argentina podría convertirse en otro polo de negocios para el mercado latinoamericano.

-En su opinión, ¿cuál es el futuro de este incipiente "despegue" del mercado?

Lo que avizoro, teniendo en cuenta que hay algunas dificultades en el país, es que este mercado va a seguir creciendo y esperamos que todos esos condicionamientos externos que tiene Argentina, le permitan que ese crecimiento sea sostenido, por lo cual, si eso ocurre, va a ser sostenido también el crecimiento del mercado de la seguridad.

-En cuanto a estrategia de marketing y políticas comerciales, ¿cuáles son los proyectos de la empresa para el futuro?

En un punto, son los productos nuevos que vamos a tener. Productos nacionales de calidad internacional, que nos van a permitir competir en precio, muy favorablemente, con el resto del mercado.

En lo que a sistemas de circuito cerrado de televisión se refiere, pensamos importar productos digitales nuevos, cada vez con mejores precios.

Y en lo que respecta a las estrategias de marketing que tenemos para este año, se basan y tienen relación con las nuevas instalaciones. Vamos a aprovechar el impulso que da ese cambio de imagen, para seguir potenciando nuestra página Web que, creemos, es una herramienta fundamental para cualquier empresa y de donde surgen muchos contactos. Después, probablemente, aumentemos nuestra fuerza de ventas para tratar de llegar más eficazmente, al interior del país.

-Estuvieron en la exposición, ¿qué balance hace de eso?

Fue positivo en cantidad de asistentes, en cantidad de datos recolectados, de ventas que si bien no se hicieron durante la exposición, sí se hicieron en los días posteriores a ésta, dado que hubo gente que aprovechó las ofertas que nosotros hicimos o que se interesó en los productos que les mostramos. Así que mi balance de la exposición, es altamente positivo.

-¿Tiene alguna reflexión final para hacer?

Lo que la empresa siempre trata, es de prestar el mejor servicio a los clientes, tanto en la parte de ventas como en el servicio técnico y la posventa. Eso es algo que el cliente nos agradece y que es nuestra principal carta de fidelización.

No en todos lados consiguen que haya siempre alguien que escuche su problema y que los trate de guiar en la búsqueda de la solución o que los asesore en cómo diseñar un sistema de seguridad o de control de accesos o de CCTV para una instalación en particular... eso es en lo que nosotros hacemos hincapié.



Ricardo Márquez
Gerente Gral. de DIALER S.A.