

*Transitando el camino del crecimiento, esta pequeña empresa nacional consolida su posición en el mercado de la seguridad electrónica a la par que continúa desarrollando productos basados en la innovación y la eficiencia.*

## "Crecer para seguir siendo chicos"

En sólo dos años, RightKey ganó un nombre en el mercado de la seguridad electrónica como fabricante y proveedor de equipamientos confiables, atento a las necesidades de sus clientes y con la flexibilidad para adaptarse a ellas.

Especializada en su primera etapa en productos de backup celular, la empresa encara el 2005 con planes de desarrollar nuevos equipos que permitan a sus clientes generar valor agregado además de competir en costos.

### - ¿Cómo nació RightKey?

A principios de 2003 completamos el desarrollo de nuestro primer producto, una interface celular para paneles de alarma llamada RK1, porque vimos en la devaluación la oportunidad de aprovechar nuestro know-how de muchos años y producir en Argentina equipos de electrónica avanzada a precios competitivos. Pese a que éramos una empresa nueva, una compañía de primera línea como Prosegur aceptó evaluar nuestro equipo. Luego de una serie de tests muy exigentes, nos tomaron como proveedores y ahí comenzó nuestra historia.

### - Luego vino una etapa de mucho crecimiento...

En efecto: pasamos de producir unos pocos equipos a la semana, en forma casi artesanal, a una producción de cientos de equipos mensuales, incorporando permanentemente más gente, mejores herramientas, sistemas de control de calidad, y sobre todo logrando nuevos clientes. El desafío que tuvimos, y creo que lo hemos superado con buena nota, fue crecer sobre bases sólidas, y que ese crecimiento no se transformara en caos.

El desafío que tuvimos, y creo que lo hemos superado con buena nota, fue crecer sobre bases sólidas, y que ese crecimiento no se transformara en caos.

### - ¿Hubo evolución de los equipos en esta primera etapa?

Sí, primero agregamos a la interface celular la capacidad de funcionar como backup y luego, a principios de 2004, lanzamos el RK2B, una evolución del producto base que incorpora todo lo aprendido de nuestros clientes, lo que les gustaba y lo que no de nuestro RK1. Además, desarrollamos otros productos accesorios como una fuente cargadora para poder instalar el RK2B sin requerir alimentación del panel de alarma.

### - ¿Cómo surgieron estos nuevos desarrollos?

Creo que de una combinación de saber escuchar las necesidades de nuestros clientes y el poder proveer una solución eficiente y en el tiempo requerido. No alcanza con saber hacer algo, hay que poder hacerlo en el tiempo que el mercado lo pide. Esa es una ventaja de nuestra empresa: estamos organizados para poder pasar muy rápido de la idea al prototipo y del prototipo a una producción masiva. Este año vamos a lanzar nuevos productos que van más allá del backup celular y que esperamos puedan ayudar a nuestros clientes a ser exitosos.

### - Como fabricante, ¿qué ve de diferente entre un producto local y uno importado?

En términos generales, los productos importados que

hemos analizado tienen un buen uso de la tecnología si vienen de Estados Unidos o Europa, con controles de calidad exigentes y certificaciones. Comparando con los productos argentinos, no sólo los de nuestra empresa sino también los desarrollados por nuestros colegas, creo que no tenemos mucho que envidiarles. Estamos acostumbrados a trabajar con recursos escasos, por lo que hacemos uso eficiente de la tecnología disponible. Hay casos específicos de productos más genéricos, o comoditizados, con los que es difícil competir ya que sus fabricantes logran economías de escala y reducciones de costo muy grandes. En general, los productos argentinos que agregan valor y pueden ser adaptados rápidamente al mercado local o regional corren con ventaja: un buen soporte técnico es la diferencia.

### - Hablando del mercado regional, ¿cuáles son sus expectativas?

En el 2004 comenzamos a explorar las oportunidades de la región. Vimos que el mercado de la seguridad electrónica crece en todas partes y no todos los países tienen capacidad de desarrollo y producción. Siendo una empresa joven, no tenemos apuro en exportar. Todavía tenemos trabajo por hacer en nuestro país a nivel comercial y obviamente que un producto que se exporta tiene que ser adaptado a las exigencias de cada mercado. Tenemos de todas formas oportunidades concretas que vamos a aprovechar para mejorar nuestro entendimiento de qué hace falta

para ser un buen exportador. Por ejemplo, durante 2005 vamos a certificar ISO9000, que es casi un requerimiento sine qua non para muchos clientes del exterior.

### - ¿Qué trabajo tienen por hacer en el mercado local?

Aunque tenemos una cartera de clientes que crece día a día y logramos un nombre en la industria, aún podemos llegar más allá. Estamos desarrollando nuestro canal de distribuidores en todo el país, por ejemplo. Buscamos empresas preparadas no solo para vender sino para dar buen soporte local, porque nuestros productos requieren una capacitación inicial para que el técnico que lo instala pueda aprovechar todo su potencial.

### - ¿Por qué dicen ser "una empresa pequeña"?

Antes que nada, porque lo somos. Y luego, porque nos gusta serlo. Creo que una empresa grande incorpora otras ventajas pero el problema principal es la pérdida de flexibilidad para sacar un nuevo producto o adaptarlo. Además, internamente la empresa grande se despersonaliza. Es muy común en las empresas más grandes llegar tarde al mercado porque hay demasiadas fases que pasar e intereses que satisfacer. Nosotros decimos "vamos a hacer esto que lo pidió el cliente X", evaluamos el impacto, nos sentamos a trabajar y en poco tiempo tenemos algo para mostrarle al cliente. Aunque aumentamos día a día nuestra capacidad de producción y nuestra llegada al mercado, mantenemos el mismo desafío: crecer para seguir siendo chicos.



Pablo Bertucelli, Gerente General de RightKey