

ELCA s.r.l., una de las empresas fundadoras de la Cámara Argentina de Seguridad Electrónica (CASEL), ostenta una extensa y sólida presencia en el mercado nacional. Pasado, presente y futuro de una empresa con trayectoria y en constante evolución.

"La exigencia del mercado ayuda al crecimiento"

- ¿Cuál fue el origen de la empresa?

La empresa se fundó en 1989 como Elca Sociedad de Hecho. Comenzamos haciendo instalaciones y mantenimiento de equipos contra incendio. También fabricábamos equipos de emergencia para castilletes policiales, que proveíamos en su momento a las empresas metalúrgicas *-fabricantes de los castilletes-*. En ese momento éramos los únicos que hacíamos ese tipo de equipamientos. A partir de ese momento comenzamos a crecer y tomamos la representación para Argentina de dos marcas dedicadas a CCTV, especialidad que quedó ya incorporada a nuestra empresa. En 1997 la empresa sufrió un golpe muy duro con el fallecimiento de mi socio, con quien habíamos comenzado desde muy chicos en esta actividad. Hubo que reacomodarse y readaptarse a esta nueva situación, lo que no fue fácil.

- ¿Cómo fue su evolución?

El crecimiento comenzó con un 100% anual. Pero una vez que la empresa está funcionando hay que mantener la estructura armada y la curva comienza a decrecer. Actualmente estamos, estimativamente, en un 10% de crecimiento anual. Hace algunos años, en el 2001 si bien se facturó menos, la empresa se mantuvo sólida y pudimos saldar las deudas contraídas. Eso nos permitió obtener créditos ya que mientras muchas empresas buscaban la manera de no pagar nosotros intentábamos acordar formas de pago.

- ¿Contemplan incorporar desarrollos propios o sólo importar y distribuir equipos?

Hoy no tenemos desarrollos propios pero es nuestra intención volver a fabricar algunos productos, tal como lo hicimos hace algunos años. Nos consideramos integradores de soluciones. Tenemos un buen equipo técnico e instaladores, a través de los cuales hacemos trabajos para empresas asociadas, por llamarlas de alguna manera, en busca de beneficios compartidos.

- ¿Hay mucha competencia interna?

Sí, veo mucha competencia y con precios cada vez más bajos. Entonces hay que buscar diferenciarse con otras cosas. Hay empresas que están ingresando en el mercado que son únicamente distribuidoras y no manejan un costo diferente para clientes finales y el gremio. Ese tipo de empresas te obligan a bajar mucho los precios y a veces la calidad.

- ¿Cómo se puede revertir esa tendencia?

Se hace bastante difícil. Tratamos de respetar ciertas diferencias entre el costo a un instalador y la cotización a una obra, porque a esa misma persona del gremio a la que le estamos dando una cotización seguramente, en algún momento, la vamos a cruzar en una obra. Tiene que haber cierto respeto... Si todos competimos únicamente con la

baja de precios como variante el mercado se deprecia.

- ¿Bajó sólo el precio o también la calidad de los equipos?

Si bien se está vendiendo más, cada equipo tiene un costo menor, lo cual no necesariamente aumenta el volumen de facturación. O sea, si para una obra se requieren diez detectores, el contratista no va a poner quince por el sólo hecho de que están más baratos. En cuanto a la calidad, si bien hay mercado para todo tipo de productos, generalmente se trabaja con equipos homologados. Marcas de primera línea por ahí compran el producto en un lugar, que es el mismo que se vende con otra marca, pero con diferentes calidades. Eso provoca una baja en el precio y se ve, principalmente, en equipos de CCTV. Esto se da, también, porque hay muchos clientes que compran precio antes que calidad.

- ¿Se privilegia el precio antes que la calidad, entonces...?

No siempre ya que hay clientes que buscan primero la calidad. Quienes buscan precio no tienen más alternativa que bajar la calidad. Por ejemplo, vos tenés una cámara que vale 70 dólares pero no podés entrar con ella en competencia de mercado, buscás entonces una de 30 dólares. Obviamente, la calidad baja y no es bueno manejarse con mínimos en ningún aspecto. La exigencia también cambia: hay quienes

exigen buenos productos más allá del precio y otros que se fijan únicamente en costos.

- ¿Es política de la empresa advertir sobre los riesgos y consecuencias de esa elección?

Siempre tratamos de asesorar al cliente, detallando los pro y los contra de cada caso. Quienes piden calidad también exigen un buen soporte técnico y mayores servicios. En nuestro caso intentamos siempre brindar soluciones previas y posteriores a la venta de un equipo o la realización de una obra, anticipándonos al proyecto y asesorando a quien nos contrata.

- ¿Cuáles son las expectativas para este año?

Los objetivos son lograr la certificación ISO 9000, para lo cual comenzaremos a trabajar profundamente el próximo mes. Ya estamos bocetando algunos procedimientos, que los tenemos por escrito. Esa certificación nos va a permitir mejorar nuestra organización interna, encontrar soluciones continuamente a las distintas contingencias. Tener la certificación y exigencias por parte de un agente externo te ayuda mucho más a organizarte. Incorporamos porteros con y sin visor de la marca Golmar, una empresa española, y creamos una división multimedia a través de Mitsubishi. También estamos trabajando con una consultora para mejorar el departamento comercial con el fin de no estancarnos, para crecer continuamente...



Sergio Pattacini (izq.) junto a Fernando Sneider de ELCA SRL