

Entrevista a Sergio Caride, Director Comercial



info@x-28.com

X-28 Alarmas



Nacida en 1984 en Bahía Blanca, un año más tarde la empresa se trasladó a Capital con la firme convicción de convertirse en un referente nacional en alarmas vehiculares y domiciliarias. Visitamos su planta de Mataderos y, a través de la charla con uno de sus directivos, recorrimos su historia.

Basta con una visita al museo tecnológico del edificio para hacer un rápido repaso de la tecnología, su evolución y la evolución de la propia empresa: equipos que parecen sacados de una vieja película de ciencia ficción, comunicadores, herramientas de testeo, antiguos carteles y folletería. Todo eso se resume en un pasillo que, en un paso a paso, cuenta la historia de X-28 Alarmas.

“Kompusur nació en Bahía Blanca, en 1984 –cuenta el Ing. Sergio Caride, uno de sus fundadores y hoy Director comercial– por inquietud de un grupo de cuatro ingenieros, dos de los cuales se encontraban en ese momento trabajando para Entel, haciendo un Máster en comunicación. Eramos cuatro voluntades con capital cero, el conocimiento formal de la tecnología y muchas ganas de trabajar. En menos de un año decidimos que teníamos que venir a Buenos Aires para poder hacer de la empresa una organización nacional, que era nuestro proyecto aunque muy difícil de lograr en ese entonces desde el interior. Por eso, en 1985, nos mudamos para la Capital, donde contratamos a nuestro primer empleado”, completa Caride acerca de los orígenes.

- ¿Dónde tuvieron la primera sede?

- Nos ubicamos en Mataderos, en una vieja casa en Guardia Nacional al 1.500, propiedad de los padres de uno de los socios a los que “desalojamos” alquilándoles un departamento. Allí empezamos a fabricar simultáneamente equipos para vehículos y para residencias, algo que es poco común en una empresa que recién comienza: iniciarse con dos unidades de negocios diferentes. Desde entonces fuimos aprendiendo sobre la marcha los manejos de la compañía, desde los que son los recursos humanos hasta el manejo de los negocios.

- ¿Cuáles fueron los siguientes pasos?

- Nuestra primera sede comercial importante fue en Avenida Rivadavia al 10.000, en Liniers, donde por primera vez teníamos un local para mostrarnos al público. La casa

pasó a ser fábrica, que rápidamente quedó chica y la trasladamos a Villa Luro. El crecimiento de la empresa hizo que tuviéramos los distintos departamentos en distintos puntos de la ciudad, por lo que en 1995 nos decidimos a dar el gran salto, comenzando a buscar nuestro propio edificio. Recién en 1998 pudimos concretarlo y a principios de 2000 nos mudamos a nuestra actual sede, que tiene 6.450 mts² cubiertos y desde donde centralizamos absolutamente toda la compañía.

- ¿Cómo evalúan hoy esa apuesta?

- Visto en retrospectiva el '98 no fue quizá el mejor año para mudarse, ya que tres años después nos cambiaron el país: hasta el 2000 invertimos en un mercado que un año después nos cambió las reglas de juego y pasó, por ejemplo, de vender 400 mil autos a vender 70 mil, con lo cual el mercado se redujo abruptamente. Nos habíamos dimensionado para ese país del 2000 y quedamos sobredimensionados para el país que se nos vino. De todas maneras mantuvimos toda la estructura y las personas, seguimos apostando al crecimiento y al desarrollo, y hoy estamos viendo los frutos de ese riesgo tomado.

“Nuestro principal volumen de ventas está dado hoy por la venta de equipos y sistemas de alarmas domiciliarias y estamos trabajando desde hace tiempo para lograr el posicionamiento visual ya instalado para las alarmas de autos”

- Ese cambio tan abrupto, ¿modificó la manera de pensar el futuro?

- Sin dudas nos cambió la cabeza, nos llevó a reformular toda nuestra línea de productos y la manera de hacer negocios. A partir de 2002, con el cambio de condiciones macroeconómicas, seguimos

apostando al país y desde ese empleado de 1985 pasamos a tener hoy 150 personas en relación de dependencia, más todos aquellos que trabajan en relación directa con nosotros. Ese empleado es actualmente nuestro gerente de recursos humanos, es el que entendió que necesitábamos para nuestra empresa. En nuestra empresa conjugamos personal con más de 15 años de trabajo y empleados más recientes, todos con la posibilidad de hacer carrera dentro de la compañía. En la actualidad, todo nuestro nivel gerencial está integrado por esas personas que comenzaron a trabajar con nosotros hace más de 15 años.

- Asociados a las alarmas vehiculares, ¿cuál es la estrategia para posicionarse en el mercado domiciliario?

- Hoy tenemos más de 400 agentes instaladores en todo el país, lo que nos permite mantener nuestra imagen de marca. Visiblemente, esos puntos de ventas muestran a X-28 asociada a un autorradio. Nuestro principal volumen de ventas, sin embargo, está en la venta de equipos y sistemas de alarmas domiciliarias y estamos trabajando desde hace tiempo para lograr el posicionamiento ya instalado para las alarmas de autos.

- ¿Cuáles son sus canales de venta y distribución de productos?

Elegimos como camino para instalar nuestros productos una serie de distribuidores y agentes instaladores en ciudades claves del país. El foco está puesto en trabajar de manera estrecha con el instalador, quien es el referente de la marca.

- ¿Cuál es el futuro que proyectan como empresa?

- Nuestro primer gran desafío es seguir creciendo. Para ello, buscamos detectar las nuevas necesidades que surgen en el mercado, para generar productos que las satisfagan de manera eficiente. Buscamos principalmente que la gente pueda vivir más tranquila gracias a nuestros productos y servicios ■