

"Es momento de mirar la calidad por sobre el precio"

- Brevemente, ¿cuál es la historia de Mauser?

- **Mauser Security Technologies** es una empresa de capitales íntegramente brasileros con cuatro años de existencia en el mercado, que en los dos últimos comenzó a expandirse y exportar sus productos al resto de América y algunos países de África. Fundamentalmente fabrica pedestales de seguridad, antenas y etiquetas para la protección electrónica de artículos (EAS). La parte electrónica es importada de Europa y los pedestales y fuentes son fabricadas en Brasil salvo para Argentina, donde las normas eléctricas son diferentes. Un modelo de etiqueta es fabricado en Brasil y el resto son importadas de Asia. Los accesorios como centrales desactivadoras para etiquetas autoadhesivas y los desactivadores de etiquetas duras es todo hecho por **Mauser**. Los productos salen totalmente armados y probados de fábrica, lo que garantiza su ingreso a distintos países del Mercosur, evitando al empresario argentino pagar el diferencial de importación, lo que se traduce en una ventaja competitiva.

- ¿Cuál es la actualidad de la empresa?

- Estamos en un momento de expansión de la marca, presentando nuestros productos en diferentes mercados, como el argentino. Nuestros precios son muy competi-



*Fabricantes de sistemas para protección electrónica de artículos para el mercado de retail, **Mauser** desembarca en nuestro país a través de su socio local, **ElectroSistemas**. La Gerente de ventas de la empresa habló con RND[®] sobre la empresa, sus productos y las expectativas en nuestro mercado.*

(Foto: Carmem Peggau de Mauser Security Technologies y Roberto Junghans titular de ElectroSistemas)

vos, lo que le ofrece al gremio la posibilidad de comprar para luego colocar el producto en el usuario final con buenos márgenes y siempre a precios muy accesibles. Argentina es, además, nuestro primer proyecto serio para posicionar la marca en el continente.

- ¿Cuál es el diferencial de la empresa y sus productos?

- Respetamos mucho la calidad y respuesta de nuestros productos y ofrecemos al cliente una rápida respuesta ante eventuales fallas. El soporte técnico, sin embargo, es siempre por cuestiones menores ya que los productos prácticamente no presentan fallas y tienen un costo de mantenimiento casi nulo. De todas maneras, capacitamos constantemente a nuestros socios y mayoristas en la instalación de los sistemas, para evitar problemas posteriores y garantizar la satisfacción del cliente final.

- ¿Qué impresión se lleva del mercado argentino?

- Vine para conocer un poco más acerca del mercado, cuáles son sus necesidades y buscar soluciones que hoy no se ofrecen al gremio, potenciando sus posibilidades de negocios. Y me llevo la impresión de que es un mercado potencialmente muy importante. He visto que hay equipos instalados desde hace muchos años, que ya perdieron no sólo su funcionalidad sino también su aspecto estético. Creemos que acá se cuida muchísimo el diseño y el confort y vi muchos negocios y tiendas de arquitectura

muy cuidada pero con antenas que no respetan -por su antigüedad- el diseño moderno de las instalaciones. A eso apuntamos: a un mercado que puede renovar su equipamiento, utilizando antenas que no afecten la estética del lugar y a un precio sumamente accesible. Creo que el mercado, ya salido de la crisis y en plena expansión de la economía, necesita y puede acceder a equipos más modernos. Y en eso estamos trabajando.

- ¿Ven posibilidades de negocios importantes?

- Estuvimos recorriendo distintos puntos de la Argentina, tanto Buenos Aires como provincias del interior, y hemos visto un interés real por parte de las empresas en distribuir nuestra amplia línea de equipos. Están convencidos de que el mercado argentino está en una posición óptima para adquirirlos pero faltan empresas que les proporcionen buenos productos a precios competitivos. Nuestra empresa se encuentra en una inmejorable posición para ocupar ese lugar.

- ¿Cuáles son sus principales competidores?

- Tanto en Brasil como en Argentina los proveedores son los mismos: *Sensormatic* y *CheckPoint* son los más grandes y detrás venimos nosotros intentando ganarnos

un lugar. Si tenemos en cuenta que solo tenemos cuatro años en el mercado, creemos que nuestro crecimiento ha sido realmente importante.

- ¿A qué mercado apuntan?

- Queremos llegar no solo a las grandes cadenas sino también al pequeño y mediano negocio, para lo cual confiamos en la Argentina en la experiencia y capacidad de *Roberto Junghans* y su empresa, **ElectroSistemas**, para posicionar nuestra marca. Con él establecimos un plan de trabajo a largo plazo, que incluyó nuestra visita a *Seguriexpo* en Buenos Aires el pasado mes de julio.

- ¿Qué posibilidades de crecimiento ven en nuestro país?

- Conforme crece el comercio, crece la necesidad de protección. Es una ecuación que se da en cualquier parte del mundo. Creo, sin embargo, que hay que cambiar el concepto actual del cliente, que se fija más en el precio que en la calidad de los productos que compra. La economía argentina está creciendo de manera sostenida y creemos que es un momento óptimo para que el mercado comience a priorizar un poco más en la calidad que el precio inicial ya que por funcionamiento, un producto confiable, que ofrece un bajo porcentaje de fallas, aunque en un principio resulte un poco más caro, se amortiza largamente con el buen rendimiento y tiempo de vida útil. ☒