

Nacida a fines de los '90 como importadora, la empresa se convirtió en un referente en el interior del país. Con productos de primera calidad en plaza, la meta de la firma está en fabricar sus propios equipos, objetivo que podría concretarse en un futuro cercano.

"Hoy estamos mejor que durante el 1 a 1"

- ¿Cómo nació la empresa?

- Target nació en 1997, cuando comenzamos a importar productos desde Iquique, Zona Franca de Chile. En esa época iniciamos la importación de algunas alarmas para automóviles y algo de car audio. El hecho de tener un hermano radicado en California, Estados Unidos, que también se dedica al negocio de la electrónica y la seguridad, me dio la oportunidad de comenzar a importar, por su intermedio, algunos productos. Asimismo, comenzamos a entrar en contacto con sus proveedores de Oriente, desde donde actualmente importamos el 90% de nuestros productos. Entre ellos, alarmas para automóviles, paneles, sirenas, infrarrojos, baterías y, desde hace un mes, equipos para CCTV, entre ellos, cámaras profesionales, DVR's y soportes.

- ¿Fabricaron alguna vez o siempre fueron importadores?

- Desde nuestro nacimiento somos importadores. Sin embargo, estamos evaluando la posibilidad de empezar a fabricar en un lapso no muy lejano. Es una de nuestras mayores metas. Como también importamos y distribuimos componentes electrónicos, sabemos los precios de la materia prima y las ventajas económicas de fabricar en el país.

- ¿Cuál fue la evolución de sus productos y, en consecuencia, de la empresa?

- Nosotros somos representantes de SUN-I, nuestra principal marca. Son alarmas para automóviles fabricadas en Taiwán bajo norma ISO 9001. La evolución de estos productos en la actualidad, pese a tratarse de productos terminados, ha sido superior al tiempo de la paridad cambiaría entre el peso y el dólar. Es decir, en promedio hasta el 2003, vendíamos entre 400 y 700 kits de alarmas mensuales mientras que este año estamos por encima de las 1200 unidades.

- ¿Cuál cree que fueron los motivos de ese crecimiento?

Si intentamos buscar los motivos, diría que son los siguientes: en primer lugar, el producto se ha ido afianzando en el mercado y ganándose día a día la confianza de los instaladores. En segundo término, estamos mejor organizados internamente, tenemos seis vendedores que recorren prácticamente todo el país y distribuidores fijos en algunas provincias.

- En caso de que llegaran a fabricar en el futuro, ¿cómo se lograría la calidad del producto terminado?

- Desarrollando un producto con personas expertas en lo que se fabrique y, principalmente, utilizando materia prima de muy buena calidad. Por otra parte, para optimizar el funcionamiento y la calidad del equipo, se necesita de bastante tiempo para realizar todas las pruebas necesarias. Un buen producto no se puede lograr de un día por el otro.

- ¿Comercializan sus productos fuera de Mendoza?

- Sí, por supuesto. Cuando empezamos a importar, nuestros primeros clientes fueron de Mendoza, pero es una realidad que nuestra provincia no es una plaza grande. Es por ese motivo que en estos momentos el 80% de nuestras ventas son para el interior del país, porcentaje que incluye a Buenos Aires.

- ¿Cómo llegan con sus productos a esas otras provincias?

- Tenemos vendedores y distribuidores en algunas ciudades y también utilizamos la venta de manera directa. Es decir, simplemente nos hacen el pedido por mail, fax o por teléfono y se lo enviamos inmediatamente.

- ¿Cuál es la realidad del mercado de la seguridad electrónica en el interior del país?

- Esta es un mercado que está evolucionando día a día y cada vez existe mayor competencia. Nuestros clientes nos exigen buena calidad y excelentes precios, algo que intentamos satisfacer en forma permanente.

- ¿Encuentra diferencias con el comportamiento del mercado en Capital Federal?

- No, para nada. Cada uno tiene sus características pero comportan de similar manera.

- ¿Cuáles son las expectativas de la empresa para el futuro?

- Seguir creciendo como empresa. Estamos construyendo nuestro propio local en Mendoza, un salón de ventas de 1750 metros cuadrados que tenemos previsto inaugurar durante los primeros meses del próximo año, donde podremos brindarle mayor comodidad a nuestros clientes. Por otra parte, seguiremos atentos a las necesidades del mercado para incorporar aquellos productos que el gremio nos requiera. ☒



Antonio Alessi, titular de Target Import (Mendoza)

