

“Nuestra inversión en la región hoy da sus frutos”

- ¿Qué distintivo presenta Pelco como empresa?

- Una de las cosas más importante y que creo que distinguen a **Pelco** en el mercado es trabajar muy cerca del cliente, conocer sus necesidades. Cuando un cliente, un vendedor o un integrador nos hacen llegar alguna sugerencia o necesidad del usuario final, a través de diferentes canales desarrollamos una nueva tecnología, una nueva solución al problema planteado. Cada producto de la empresa no es algo que los ingenieros inventen de la nada sino que surgen de los requerimientos de los clientes.

- ¿Cuál es la actualidad de la empresa en el mercado Latinoamericano?

- Consideramos a Latinoamérica como uno de los mercados más importantes del mundo. La razón es simple: **Pelco** ha estado trabajando y desarrollando este mercado junto a sus clientes desde hace 16 años. Lo que hicimos, como toda empresa privada, fue invertir. A pesar de los vaivenes de la economía regional, incluyendo a la Argenti-



Durante su visita a Buenos Aires, Alex Mathieson, Gerente Regional de Ventas de Pelco para Latinoamérica detalló, en nota con Rnds[®], la filosofía de la empresa y la relación con sus clientes a la par que dio su visión acerca del mercado latinoamericano en general y el argentino en particular.

(Foto: Alex Mathieson, Gerente Regional de Ventas de Pelco para Latinoamérica, y Sergio Pattacini, Socio Gerente de ELCA SRL.)

na, **Pelco** siguió invirtiendo y desarrollando esta plaza, gracias a lo cual logramos una posición privilegiada en el mercado. Nuestra política fue siempre seguir invirtiendo y ahora estamos viendo los frutos.

- ¿Los Road-Shows son una manera de llegar y conocer al cliente?

- Básicamente, estos Road-Shows son una buena manera de generar oportunidades: consideramos que somos una empresa muy creativa y no solo hablando de tecnología. El Road-Show de Buenos Aires, así como los que realizamos

en otros puntos del continente, son una creación de la empresa que sirve para mostrarle a nuestros clientes cuáles son los nuevos desarrollos, cuáles son las novedades. En definitiva, son una herramienta importante para dar conocer y mostrar nuestros productos y tecnologías.

- ¿Qué relación mantiene con sus distribuidores?

- Nuestra relación es muy estrecha, está muy afianzada. Nuestra empresa no tiene muchos distribuidores, lo cual posibilita una relación muy cercana con cada uno de ellos. Trabajamos con ellos desde hace mucho tiempo, por lo que logramos una relación de fidelidad y entendimiento mutuo: consideramos a cada uno de los distribuidores como una parte integral de nuestra propia empresa.

- ¿Qué visión y expectativas tienen puestas en el mercado regional?

-En Latinoamérica, que en los últimos años se convirtió en una plaza sumamente importante para la economía glo-

bal, logramos una posición de privilegio. Debido al cambio en las administraciones en todo el continente, **Pelco** siente que sus inversiones están dando sus frutos, gracias al compromiso de las autoridades de priorizar la protección de personas y bienes en cada país. Las perspectivas de crecimiento en Argentina, por su parte, creo que son fantásticas. Las inversiones en el país en general están creciendo gracias a una economía también en crecimiento. Las relaciones de **Pelco** en Argentina con todos nuestros clientes, como **Elca**, nos ayudan a crecer a la par que ellos crecen. Es algo recíproco. ☒

Road show de Pelco

El pasado 20 de marzo se llevó a cabo en el Abasto Plaza de Capital Federal el Road show Pelco 2007, en el que se mostraron nuevos productos y se brindó a los asistentes un panorama de la actualidad de la empresa, sus nuevos desarrollos y su visión del mercado de la seguridad en América Latina.



La presentación comenzó con una exposición de **Alex Mathieson**, Gerente Regional de Ventas de Pelco para Latinoamérica, acerca de la actualidad del mercado del CCTV en el mundo y del posicionamiento de **Pelco** en el mismo.

Mathieson se refirió luego al presente de la firma, describiendo su espectro de negocios y las características de su sistema de distribución, haciendo hincapié en la amplia red de representaciones distribuidas en todo el mundo y en las soluciones desarrolladas a partir de las necesidades del cliente.

Luego, **Luis Angulo**, VP-Sales Marketing Mercosur de

Pelco realizó una introducción de las nuevas tecnologías aplicadas a los productos de **Pelco**, explicadas detalladamente por **Sergio Fukushima**, Gerente de Sistemas de **Crockett Internacional**.

El evento, que contó con cerca de un centenar de participantes, estuvo coordinado por la Directora de Ventas y Marketing de **Pelco**, **Denise Ahrens**.

La jornada estuvo caracterizada por la interacción entre el público asistente y los disertantes, quienes aclararon todas las dudas acerca del uso y aplicaciones de los productos presentados. ☒