

"Argentina, hoy, es un mercado referente en América"

- ¿Qué tipo de compañía es Paradox?

- **Paradox** está estructurada de la siguiente manera: es una compañía unificada, de un solo propietario, con base en Canadá, donde está la fábrica. Tiene una compañía subsidiaria en con sede en Miami, Estados Unidos, proveedora de servicios y donde trabajamos quienes brindamos soporte técnico. La sede de Miami, además, es una especie de bodega desde la cual se realiza la distribución de productos a casi todo el mundo.

- ¿Cuáles son sus canales de distribución?

- **Paradox** trata de tener en cada país un distribuidor exclusivo, como **Fiesa** en el caso de Argentina. Hay países, sin embargo, que por el volumen de ventas o extensión, se manejan con dos distribuidores, caso Brasil o España. La idea es canalizar todo a través de un único distribuidor para garantizar un alto nivel de servicios, tanto en el área técnica como en la parte comercial.

- ¿El soporte se brinda directamente de fábrica o hay algún intermediario?

- La idea es que siempre exista un filtro o escalón entre la fábrica y el usuario. Ese escalón es nuestro distribuidor. Si existe un problema, sea en la distribución o en la parte técnica,

el distribuidor es el encargado de resolverlo y si ese problema lo excede, entonces se envía a Estados Unidos. Si aún así el inconveniente persiste, se deriva a la fábrica en Canadá.

- ¿Qué marca el atractivo de un mercado?

- Todos los mercados en sí son atractivos, pero por la robustez económica mostrada por Argentina en los últimos años lo convirtieron en prioridad para **Paradox**, es una especie de cliente VIP. Nuestra compañía tiene sus ojos puestos en el país y de hecho venimos organizando seminarios de capacitación dando prioridad a este país. Esto no quiere decir que otros países no sean importantes, simplemente que por razones de mercado, afirmamos nuestra presencia en los que tenemos sólida presencia y luego salimos a la búsqueda de otros.

- ¿Cuál es el distintivo de Paradox?

- Sin dudas las capacidad de los equipos. El reducido número de fallas de nuestros equipos es significativo respecto de otras marcas. El contacto directo con el cliente nos hace diferentes: el cliente siempre es importante y siempre va a tener respuesta por parte de la empresa, sea usuario final o



Luego de presentar el novedoso sistema Stay D, Mauricio León, Soporte técnico de Paradox para Latinoamérica, habló sobre Paradox, su presencia en Argentina, la importancia de lograr una cadena de distribución sólida y la relación cada vez más estrecha entre los usuarios y las nuevas tecnologías.

(Foto: Leonardo Piccione, Gerente de Fiesa y Mauricio León, Soporte técnico de Paradox)

el distribuidor es el encargado de resolverlo y si ese problema lo excede, entonces se envía a Estados Unidos. Si aún así el inconveniente persiste, se deriva a la fábrica en Canadá.

distribuidor. Nuestra estructura nos permite dar ese tipo de respuestas. Hay que darle prioridad al cliente

- ¿Cuánto hace que están presentes en nuestro país?

- **Paradox** está en Argentina desde hace unos 15 años, de los cuales los últimos 10 han sido a través de **Fiesa**, lo cual nos dio una presencia importante. Ha sido un trabajo sacrificado por parte de nuestro distribuidor, que pasó por situaciones complicadas debido a los vaivenes del país pero que está en camino de franca recuperación con la mejora de la economía en general, que está reflejándose en el mercado de seguridad.

- ¿Qué cambios tecnológicos propone?

- Con la presentación del *Stay D* hemos roto el paradigma de seguridad. A través de este sistema ofrecemos protección 24 horas al día, los 7 días de la semana, todos los días del año. Adicionalmente, todos los cambios tecnológicos fueron siempre para brindar mejor servicio y seguridad a los clientes.

- ¿Cuáles son las claves para permanecer en un mercado?

- Fundamentalmente entender la problemática local y proveer de herramientas, técnicas y económicas, al distribuidor local. No se trata de estar con ellos solo cuando las ventas andan bien sino que también hay que apoyarlos cuando las cosas están complicadas.

- ¿Cuál es el próximo paso?

- En cuanto a los equipos, trabajar en una central de reporte IP, lograr compatibilidad de equipos y actualización de las vías de comunicación a los nuevos protocolos. La idea es lograr un sistema integrado de automatización y domótica, tal como está sucediendo en muchos equipos de diferentes compañías y que es la tendencia mundial en equipamientos: que conjuguen confort con seguridad.

- ¿Cuál es el mejor canal para conocer las necesidades de un mercado?

- En este momento, el mejor canal para conocer las necesidades del cliente son nuestros distribuidores, aunque no es el único. En nuestra web, por ejemplo, hay un buzón de sugerencias

- ¿Cuál es la meta de Paradox?

- Lograr presencia masiva en el mercado y hacer notar nuestros productos a nivel global. Queremos cubrir las necesidades actuales de cada mercado, buscando nuevas opciones o adecuándonos a los requerimientos actuales, con especial foco en las nuevas tecnologías y el soporte permanente a nuestros clientes. ☒