

A punto de cumplir 20 años, *Cika Electrónica* se convirtió en uno de los referentes del mercado de componentes electrónicos. La inicial desconfianza del consumidor acerca de la calidad del producto asiático cambió radicalmente, en parte, gracias a la labor de la empresa y a una curiosa "apuesta" que sus directivos nunca perdieron.

"Iniciamos una década en pos de un mayor profesionalismo"

En 1983, *Tony Ko*, actual Socio Gerente de la empresa, comenzó con la importación de productos electrónicos a pedido. Esa incipiente pequeña empresa fue creciendo de a poco aunque no iba más allá de ser un broker que importaba a pedido del mercado, sin ofrecer tecnología nueva al mercado. En 1989, al incorporarse *Julian Wang* como socio, surgió *Cika Electrónica S.R.L.*, con la meta de sumar a sus clientes otro tipo de soluciones y tecnologías más avanzadas.

- ¿Cuál fue la tarea más dura de Cika en los comienzos?

- El trabajo de introducir tecnología asiática fue arduo, ya que cuando comenzamos existía el preconceito de que todo lo "made in Asia" era de mala calidad. Por nuestro origen conocíamos personalmente directivos de muchas empresas, con cuyo aval decidimos abocarnos a esta misión de introducir productos de ese origen, en los cuales nadie creía pero que hoy son los más solicitados, lo cual confirma que nuestra visión y proyecto de empresa, a principios de los '80, fue la correcta.

- ¿Cuál fue el "secreto" para cambiar ese preconceito?

- Lo que hicimos fue garantizarle al cliente la calidad del producto, asegurándole que si uno de los componentes asiáticos que le ofrecíamos fallaba o no funcionaba, se lo cambiaríamos por diez de la marca que nos pidiera. Nunca tuvimos que pagar esa apuesta, ya que la calidad de los productos que importábamos quedó demostrada y así fue como levantamos vuelo y logramos una empresa sólida y reconocida dentro del mercado electrónico argentino.

- ¿Con qué segmento del mercado trabajan?

- Si bien somos una empresa de componentes electrónicos de ventas mayoristas, tratamos de satisfacer las necesidades de clientes finales también, siempre y cuando cumplan con las cantidades mínimas requeridas. Nuestra misión es la de proveer componentes y soluciones electrónicas a fabricantes, empresas de diseño y/o armadores nacionales, convirtiéndonos en el mejor socio estratégico del cliente, ofreciéndole productos competitivos e innovadores soportados localmente.

- ¿Cuáles son las estrategias para competir con éxito en el mercado?

- No se trata de una estrategia puntual sino de una serie de prácticas que nos proporcionan una alta consideración en el mercado. Entre ellas, comprar productos fabricados recientemente, cosa que nos distingue bastante la competencia; ofrecer primeras marcas pero también alternativas que mantienen una calidad estable y duradera, gracias a la permanente actualización y adquisición de nuevas tecnologías. En cuanto a nuestra credibilidad, se logró trabajando siempre con transpa-

rencia y claridad en cuando al trato con el cliente y vender pensando en cómo hacer para que el cliente gane plata, lo cual logra una óptima relación entre ambas partes.

- Tecnológicamente, ¿en qué nivel de desarrollo se encuentra la industria electrónica nacional?

- Si bien gracias a los medios de comunicación actuales está avanzando mucho más rápido que años atrás, el mercado electrónico argentino todavía no está maduro, lo cual genera una dependencia de los desarrollos e ideas electrónicas del exterior.

- Después de 20 años al frente de la empresa, ¿se viene un recambio generacional?

- Hace un par de años atrás la empresa comenzó con el cambio de mando. Y si bien todo cambio puede aparejar conflictos, lo estamos llevando delante de manera sólida y ordenada. Esta reorganización interna apunta a conservar la cultura de la empresa, a través de la cual consideramos a todos los que trabajamos como una familia. Eso no quita que estemos introduciendo fórmulas y procesos de trabajo para hacerla aún más profesional.

- ¿Como cuáles?

- A fines de 2007 modernizamos el sistema de gestión, lo cual optimizó el trabajo de todos los sectores. En este momento estamos trabajando sobre una

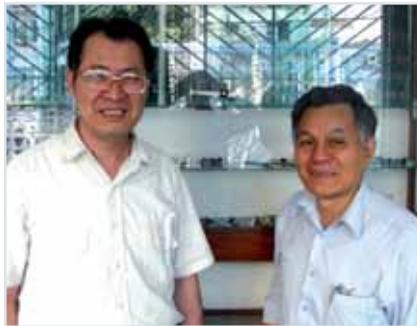
nueva unidad de negocios llamado *PDM*, la que se dedica a diseños electrónicos a medida según lo que requiera el cliente. Se trabaja muy en conjunto con desarrolladores del rubro y la idea de esta nueva unidad es no generar mayores ingresos mediante diseños o desarrollos electrónicos sino ayudar a los clientes, ofreciéndoles un servicio más completo.

- ¿Cuáles son los proyectos?

- El proyecto más reciente es trabajar en la certificación *ISO9001:2000* (o *9001:2008*), el que comenzaremos a fines de este año para, en lo posible, obtener la certificación el próximo, e inaugurar una nueva década de la empresa asegurándoles al cliente que lo que hacemos lo hacemos bien no porque nosotros lo decimos sino porque un ente regulador lo certifica.

- ¿Qué expectativas tienen a mediano y largo plazo?

- Quisiéramos poder brindar a nuestros clientes una solución integral, otorgándole toda información técnica necesaria para hacer fácil y segura la compra por medio de un sistema al que podrán acceder en forma exclusiva. La expectativa es convertir las necesidades funcionales del cliente en soluciones técnicas en corto tiempo. Más a largo plazo, estamos pensando en tener representación en toda América Latina. ☒



Julian Wang y Tony Ko,
de Cika Electrónica s.r.l.