

## Palabras de nuestros referentes

En los '80, un incipiente mercado llegaba para quedarse: el de la Seguridad Electrónica. Con las alternancias lógicas según nuestra historia económica reciente, aquellos que apostaron al crecimiento del sector vieron sus empresas formarse, peligrar y resurgir. Muchos de ellos son, sin dudas, referentes obligados en el ámbito nacional y a través de sus palabras recorreremos los inicios, el presente y el futuro de la actividad en nuestro país.



**3Way Solutions**  
**Guillermo Massucco,**  
Socio Gerente  
*"El paso hacia nuevas tecnologías no tendría que ser traumático"*  
(Nro. 18 – May 2005)



**AdBioTeK**  
**Alex Savitsky,**  
Director de Desarrollos  
*"En la biometría, a través de la validación de nuestros rasgos únicos e intrasferibles, está el futuro de la identificación de personas"*  
(Nro. 51 – Feb/ Marz 2010)



**Alarmas del Centro**  
**Marcelo Martínez,**  
Gerente General  
*"Sostenerse y crecer en recesión fue todo un desafío. Ahora es momento de incrementar los logros a través de recursos genuinos"*  
(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)



**Alastor**  
**Juan Hamparsomian,**  
Presidente  
*"El cliente es, sin dudas, el activo más importante de cualquier empresa"*  
(Nro. 53 – May/Jun 2010)



**Aliara**  
**Eric Natusch,** Gerente Comercial  
*"La tecnología de detección perimetral crece de manera exponencial, permitiendo hoy asociar e integrar otros sistemas de seguridad"*  
(Nro. 46 – Jul/Ago 2009)



**Alonso Hnos. Sirenas**  
**Jorge Alonso,** Presidente  
*"En un mercado tan exigente como el actual no pueden ofrecerse productos de mala o poco probada calidad"*  
(Nro. 45 – May/Jun 2009)



**Altel S.R.L.**  
**Marcelo A. Martínez,**  
Socio Gerente  
*"La tecnología inalámbrica ha llegado para quedarse y estamos convencidos de que el futuro de la seguridad no tendrá cables"*  
(Nro. 54 – Jul/Ago 2010)



**Anicor S.A.**  
**Miguel Angel Novoa,**  
Gerente Comercial  
*"Trabajar en la calidad y confiabilidad de los productos es una de las claves para lograr vanguardia y trascendencia como empresa"*  
(Nro. 47 – Ago/Sep 2009)



**Anker Mayorista de Monitoreo**  
**Gastón Tígalo,** Socio Director  
*"Después de estar del lado del instalador se comprenden los puntos esenciales para ser exitosos en la industria"*  
(Nro. 48 – Oct/Nov 2009)



**Arcontrol**  
**Gustavo Reiter,** Titular  
*"Tener la confianza de los clientes es fundamental para seguir creciendo"*  
(Nro. 18 – May 2005)



**ARG Seguridad**  
**Marcelo Maglio,** Director Operativo  
*"La seguridad electrónica se está convirtiendo en una industria de niveles masivos, con un amplio aprovechamiento de las redes de comunicación"*  
(Nro. 38 – Jul 2008)



**Avatec**  
**Norberto Verdera,**  
Gerente Comercial  
*"IP y GPRS no solo ofrecen vías de comunicación confiables sino que además, abaratan costos en la transmisión"*  
(Nro. 29 – Ene 2007)

**Bagui S.A.****Federico Ballabriga**

Gerente de Compras

*"Hoy, el cliente valora tanto un buen producto como la atención que se le brinda"*

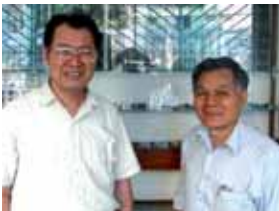
(Nro. 38 - Jul 2008)

**Big Dipper****Gabriel Penella**, Titular*"Parece contradictorio, pero la calidad puede venir aparejada con un bajo costo comparativo"*

(Nro. 48 - Oct/Nov 2009)

**Bykom SA****Daniel Zocalli**, Titular*"La integración de una empresa es la suma de su capital humano y sus recursos informáticos"*

(Nro. 33 - Sept 2007)

**Cika Electrónica****Tony Ko**, Socio Gerente*"El éxito comercial no es un estrategia sino un conjunto de buenas prácticas, tanto desde lo humano como desde lo profesional"*

(Nro. 38 - Jul 2008)

**Cándor Group****Eduardo Garrote**,

Director Comercial

*"Sería bueno que las empresas trascendieran a las personas"*

(Nro. 21 - Nov 2005)

**Cronos****Roberto Ingham**,

Director Ejecutivo

*"Tengo una profunda confianza en las empresas que lograron sobrevivir al proceso de desindustrialización vivido en los '90"*

(Nro. 15 - Nov. 2004)

**DETAP****Ing. Ricardo Navarreta**, Titular*"Ante la venta masiva de importados, los fabricantes argentinos encuentran una gran posibilidad de ganar terreno en el mercado"*

(Nro.43 - Feb/Mar 2009)

**Dialer****Ricardo Márquez**, Director Gral.*"Un proveedor, además de ofrecer productos, debe acreditar, fundamentalmente, profesionalismo y garantizar buen nivel humano"*

(Nro. 40 - Oct 2008)

**BCG****María Beatriz Amado Cattáneo**,

Gerente Comercial

*"Desde 2003 el mercado comenzó a mejorar de manera paulatina, pero sostenida"*

(Nro. 23 - Mar 2006)

**Bosh****Diego Madeo**,

Gerente de Productos

*"La tecnología IP implica mejora en la seguridad reduce costos y acelera los tiempos de respuesta"*

(Nro. 17 - Marz 2005)

**CEM****Damián Rubiolo**,

Gerente de Ventas

*"El producto nacional presenta ventajas competitivas, ya que se reducen costos de service, logística y aprovisionamiento"*

(Nro. 28 - Nov 2006)

**Comfort House****Sebastián Gieco**, Director*"El mayor potencial de la domótica está en la integración de sistemas"*

(Nro. 34 - Nov. 2007)

**Continea****Carlos Tu**, Socio Gerente*"Las soluciones en conectividad ya se convirtieron en una necesidad primaria para las empresas de cualquier sector"*

(Nro. 43 - Feb/Mar 2009)

**DCM Solutions****Marcelo Cucci**, Socio Gerente*"La reconversión tecnológica obliga a una constante inversión y desarrollo en nuevos productos y sistemas"*

(Nro. 31 - May 2007)

**Detcon****Alberto Alvarez**, Presidente*"En el mercado actual hay muchas inversiones por venir. Eso posibilitará sin dudas el desarrollo de las empresas"*

(Nro. 31 - May 2007)

**Digifix****Juan Nasoni**,

Supervisor Administrativo

*"Que una empresa de renombre mundial ofrezca ejecución de una garantía en forma local optimiza la relación con los clientes"*

(Nro. 54 - Jul/Ago 2010)

**DMA**

**Guillermo Scotta**, Socio Gerente  
*"El mercado del interior está ávido de nuevas tecnologías. Pero también necesita capacitarse en ellas"*

(Nro. 36 – Mar 2008)

**Domonet S.A.**

**Marco Bonera**, Presidente  
*"La seguridad electrónica cambia constantemente y de manera muy profunda, a través de la rapidez de los avances de la tecnología"*

(Nro. 46 – Jul/Ago 2009)

**Drams Technology**

**Daniel Schapira**, Presidente  
*"La función del distribuidor es trabajar con el integrador para entender los requerimientos del cliente, proponer una solución y capacitarlo"*

(Nro. 54 – Jul/Ago 2010)

**DTS2**

**Christian Kuhk**, Gerente Técnico  
*"Una de las prioridades de la empresa debe ser la capacitación, tanto del usuario como del instalador o integrador"*

(Nro. 47 – Ago/Sept 2009)

**DVR Store**

**Germán Losada**, Gerente Comercial  
*"El trabajo y desarrollo de una marca potencian el desarrollo de una empresa"*

(Nro. 47 – Ago/Sept 2009)

**DX Control**

**Daniel Valle**, Titular  
*"La mayor exigencia y conocimientos del cliente es una prueba que hay que superar constantemente"*

(Nro. 16 – Ene 2005)

**EBS**

**Artur Giwer**, International Area Manager  
*"Mercados como Polonia están recién desarrollándose en el mundo de la seguridad. Su industria es incipiente, pero de calidad"*

(Nro. 51 – Feb/Mar 2010)

**Elca**

**Sergio Pattacini**, Socio Gerente  
*"Le exigencia del mercado ayuda al crecimiento"*

(Nro. 17 – Mar 2005)

**Electrónica del Futuro**

**Carlos Fisher**, Socio Gerente  
*"Muchos pasaron de ser 'clientes' a importadores directos. Esto habla muy bien del crecimiento del mercado local"*

(Nro. 20 – Sept 2005)

**Electronics Line**

**Patricio Ramallo**, Gte. de Ventas  
*"En Argentina, a diferencia de otras partes del mundo, son más las empresas de monitoreo que las empresas prestadoras de servicios dedicadas a la seguridad"*

(Nro. 34 – Nov 2007)

**ElectroSistemas S.R.L.**

**Roberto Junghanss**, Gerente Gral.  
*"Para competir con éxito hay que estar preparados desde el punto de vista técnico, comercial y, fundamentalmente, desde los valores éticos de la competencia leal"*

(Nro. 47 – Ago/Sept 2009)

**Elko-Arrow**

**Oscar Musarra**, Fundador y Director de Operaciones  
*"Por su calidad, el producto argentino hoy tiene una gran demanda, tanto en el mercado interno como en el internacional"*

(Nro. 37 – May 2008)

**Fiesa SRL**

**Rodolfo Müller**, Gerente Técnico  
*"En la actualidad la tecnología IP es la que marca la tendencia y el rumbo del mercado, en consecuencia con el auge de Internet"*

(Nro. 44 – Abr/May 2009)

**Fured**

**Daniel Aiello**, Gerente General  
*"El crecimiento y evolución de una empresa siempre traen aparejados la apertura de nuevos mercados"*

(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)

**Getterson Argentina**

**Walter Chaio**, Vicepresidente  
*"Contar con el producto requerido al instante es fundamental"*

(Nro. 18 – May 2005)

**Gonner**

**Daniel Buscio**, Socio Gerente  
*"Una de las claves del éxito es superar los obstáculos y optimizar recursos"*

(Nro. 28 – Nov 2006)

**GTE SRL**

**Gustavo Tono**, Titular  
*"La tecnología GPS todavía está en pleno crecimiento"*  
 (Nro. 24 - May 2006)

**ITP**

**Eleonora Suez**, Gerente General  
*"Las soluciones IP seguirán creciendo en la medida que se profundice en el desarrollo de la capacidad de las redes"*  
 (Nro. 53 - May/Jun 2010)

**Ingessys**

**Sergio Esterkin**,  
 Gerente Comercial  
*"Calidad y tecnología deben ser los parámetros del sector"*  
 (Nro. 25 - Jul 2005)

**Intelektron**

**Marcelo Colanero**, Presidente  
*"El contacto diario entre quienes dirigen y quienes hacen una empresa contribuyen a posicionar una marca en el mercado"*  
 (Nro. 43 - Feb/Mar 2009)

**Intepla SRL**

**Víctor Piemonte**,  
 Gerente Comercial  
*"Un buen producto no garantiza el crecimiento. Para lograrlo hay que ofrecer un servicio integral al cliente"*  
 (Nro. 34 - Nov. 2007)

**ISTC**

**Claudio Prado**,  
 Gte. de Ventas Cono Sur  
*"La variable fundamental para el crecimiento del mercado es el sostenimiento del crecimiento económico general del país"*  
 (Nro. 34 - Nov. 2007)

**Intracom**

**Pablo Weinstein**, Gerente Gral.  
*"Mientras las variables económicas continúen iguales y el mercado mantenga su estabilidad, la curva de crecimiento del sector será siempre sostenida"*  
 (Nro. 54 - Jul/Ago 2010)

**Irtec Automatismos**

**Daniel Iriarte**, Director  
*"El mercado argentino se ubica entre los de usuarios que buscan calidad, durabilidad y estética en los productos"*  
 (Nro. 44 / Abr/May 2009)

**Isikawa Electrónica**

**Norberto Isikawa**, Presidente  
*"La seguridad electrónica es la herramienta tecnológica que mayor eficacia ha demostrado en materia de prevención de potenciales infortunios"*  
 (Nro. 31 - May 2007)

**Isolve**

**Ramiro Arleo**, Socio Gerente  
*"En los '90 el mercado creció con el impulso de las 'nuevas privatizadas'. Hoy lo hace sumando esfuerzos desde todos los sectores"*  
 (Nro. 27 - Sept 2006)

**Kelcom**

**Pablo Sánchez**, Gerente comercial  
*"La comunicación IP primaria es actualmente un nicho de mercado que ofrece grandes posibilidades"*  
 (Nro. 53 - May/Jun 2010)

**Kymssa**

**Federico Kistermann**, Titular  
*"En un mercado complejo, con una gran oferta, hay que exigirse en la selección de los productos adecuados. Eso ayuda a la competencia"*  
 (Nro. 52 - Abr/May 2010)

**Lantrónica de Argentina**

**Matías Chervín**,  
 Depto. de Ingeniería  
*"La evolución es constante. Asomé el monitoreo urbano en 2008 y hoy está en plena consolidación."*  
 (Nro. 43 - Feb/Mar 2009)

**Leds Iluminamos**

**Horacio Galeano**,  
 Socio Fundador  
*"En iluminación, es prioritario que usemos la inteligencia antes que los recursos naturales que nos quedan"*  
 (Nro. 43 - Feb/Mar 2009)

**M3K Argentina**

**Juan M. Puentes**, Coordinador del Depto. De Planificación y Control  
*"El negocio hoy es rentable y refleja incrementos positivos. Eso ayuda a la planificación en la oferta de productos y servicios"*  
 (Nro. 52 - Abr/May 2010)

**Maxx Technology**

**Mario Olivera**, Director  
*"Nuestro país sin dudas puede exportar tecnología de excelencia"*  
 (Nro. 38 - Jul 2008)

**MicroFast S.R.L.**

**Daniel Steirensis**, Socio Gerente  
*"Una empresa con experiencia en redes tiene terreno ganado la hora de ofrecer un servicio integral en proyectos de video por IP"*

(Nro. 45 – May/Jun 2009)

**Monitora**

**Ernesto Cavazza**, Socio Gerente  
*"El interior del país está creciendo en su demanda de seguridad y las empresas debemos estar preparadas para cubrir esa demanda"*

(Nro. 53 – May/jun 2010)

**monitoreo.com**

**Modesto Miguez**, Presidente  
*"El recurso más escaso en las organizaciones es el conocimiento. Quien lo posea estará bien posicionado para crecer de manera sustentable"*

(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)

**Movatec**

**Dr. Venialgo Acevedo**,  
Fundador

*"Hay un cambio cultural en el que la seguridad no es un término que alude a la defensa sino que está relacionado con la prevención"*

(Nro. 33 – Sept. 2007)

**Nanocom**

**Emiliano Navarro**, Presidente  
*"Competir con empresas multinacionales es un desafío y a la vez un estímulo para posicionarse en el mercado"*

(Nro. 42 – Ene/Feb. 2009)

**PhantaSoft SRL**

**Fabián Fernández**, CEO

*"La seguridad tiene necesidades básicas de transmisión, monitoreo y detección de eventos. Los caminos alternativos para satisfacerla también son una opción válida"*

(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)

**PPA**

**Adrián La Fontana**,  
Gerente Técnico

*"La transmisión por Internet ya están ganando el mercado, lo que obliga a replantearse los vínculos de comunicación"*

(Nro. 31 – May 2007)

**Probattery**

**Gabriel Szulewicz**,  
Director General

*"La energía recargable, en óptimas condiciones de portabilidad, eficiencia y seguridad es un desafío posible de superar"*

(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)

**Punto Control**

**Martín Lozano**, Presidente  
*"Llegar a un objetivo no tiene porque ser a través de una competencia despiadada. Puede lograrse a través de valores humanos"*

(Nro. 55 – Ago/Sep 2010)

**Radio Oeste**

**R. Bruno Dipietro**,  
Vicepresidente

*"Una red de distribuidores eficiente sostenida por una empresa ordenada es una forma segura de crecer, en cualquier mercado"*

(Nro. 54 – Jul/Ago 2010)

**RightKey**

**Pablo Bertucelli**, Gerente General  
*"Un equipo de marca contra uno genérico no tiene sencilla la competencia, ya que en grandes producciones hay reducción de costos"*

(Nro. 17 – Mar 2005)

**Rydsa**

**Walter López**, Ingeniero de  
Proyectos

*"La mejor solución a un proyecto es aquella que contempla todos los detalles con los mejores productos para cada área"*

(Nro. 52 – Abr/May 2010)

**Security One**

**Christian Solano**,  
Socio fundador  
*"Tener el respaldo de una marca de renombre internacional permite el crecimiento y proyección de una empresa"*

(Nro. 45 – May/Jun 2009)

**Selnet**

**Roberto Alvarez**, Presidente  
*"La logística es un valor agregado para la captación de nuevos clientes"*

(Nro. 47 – Ago/Sept 2009)

**Senstar Stellar**

**Arq. Daniel del Boca**, Director  
*"La competencia, en general, se presenta más allá de los nombres o marcas: es entre aquellas empresas serias y las improvisadas"*

(Nro. 44 – Abr/May 2009)

**Servicios y Suministros**

**Cecilia Poggi**, Dpto. Marketing  
*"Tecnología, conocimiento y satisfacción al cliente son los puntales de una empresa exitosa"*

(Nro. 48 – Oct/Nov 2009)

**SF Tecnología**

**Guillermo López,**  
Gerente Comercial  
*"La capacitación es fundamental,  
pero debe hacerse de manera  
gradual"*

(Nro. 44 – Abr/May 2009)

**Simicro**

**Gregorio Aspiz,** Presidente  
*"La única manera de llegar al  
cliente no solo es mostrarle  
productos, sino lo que es la  
empresa"*

(Nro. 41 – Nov 2008)

**SPS**

**Gabriel Ruanoba,** Director  
*"En la última década se hicieron  
esfuerzos para aunar las fuerzas  
del sector, dejando de lado  
egoísmos personales"*

(Nro. 47 – Ago/Sep 2009)

**Starx Security Systems**

**Mario Koch,** Director  
*"Marcas de renombre mundial,  
servicio al cliente y asesoramiento  
técnico son fundamentales para  
competir con éxito"*

(Nro.28 – Nov 2006)

**Sundial**

**Horacio Franco,**  
Product manager  
*"La diferencia entre las empresas  
debe marcarla el servicio"*

(Nro. 21 – Nov 2005)

**Target Import**

**Antonio Alessi,** Titular  
*"En el interior del país el mercado  
evoluciona día a día. Eso fomenta  
la competencia y la llegada de  
productos de calidad"*

(Nro. 20 – Sept 2005)

**TDS Argentina**

**Hector Festa,** Fundador  
*"El factor humano es lo que hace a  
las empresas diferentes"*

(Nro. 14 – Sep 2004)

**Tecnoalarma**

**Marcelo Casetta,** Dto. Técnico  
*"La industria nacional desarrolla y  
fabrica a la medida del argentino.  
Eso la convierte en competitiva"*

(Nro. 28 – Nov 2006)

**Tecnología en Seguridad**

**Fidel Martínez,** Socio Gerente  
*"El distribuidor debe aprender que  
vender productos de calidad  
redunda en la jerarquización del  
mercado"*

(Nro. 27 – Sept 2006)

**Tellex**

**Patricio Quevedo,**  
Director General  
*"Como región somos todavía un  
mercado emergente, lo cual indica  
un enorme potencial de  
crecimiento y desarrollo"*

(Nro. 44 – Abr/May 2009)

**Tempel Group**

**Francisco Cámara,**  
Area Manager Div. Industrial  
*"Una empresa de carácter interna-  
cional tiene ventajas competitivas,  
ya que puede anticipar los cambios  
y tendencias del mercado"*

(Nro. 46 – Jul/Ago 2009)

**True Digital Systems**

**Juan Manuel de Rosa,**  
Vicepresidente  
*"Ofrecer al cliente un abanico de  
posibilidades en las distintas áreas  
de la seguridad es acortar el camino  
hacia el crecimiento como empresa"*

(Nro. 52 – Abr/May 2010)

**Valls S.A.**

**Guillermo Valls,** Socio Gerente  
*"Sería bueno que los centros  
reguladores hagan cumplir  
normativas vigentes en  
seguridad"*

(Nro. 15 – Nov 2004)

**Visión Electrónica SRL**

**Fernando Pereyra Puente,**  
Gerente  
*"La rapidez de respuesta y el  
servicio de posventa son hoy una  
prioridad para el cliente"*

(Nro. 45 – May/Jun 2009)

**VISIONxIP**

**Ezequiel Safdieh,** Director  
*"Especializarse en un mercado  
como el IP, de creciente demanda,  
ofrecerá un gran número de  
posibilidades futuras, no solo en el  
área de la seguridad"*

(Nro. 51 – Feb/Mar 2010)

**X-Tend, Casas Inteligentes**

**Andy Radowsky,** Director  
*"El potencial de la tecnología  
inteligente aplicada al confort y  
ahorro energético también es  
aplicable a los sistemas de  
seguridad"*

(Nro. 53 – May/Jun 2010)