



alz@aviatel.com.ar

Aviatel



Más de 20 años desarrollando y produciendo tecnología para la automatización de accesos y pioneros en la fabricación en nuestro país, la empresa centra sus proyectos en nuevos productos y la instalación de Aviatel como marca. Alejandro Zangari, CEO de la firma, nos da un panorama actual y adelanta los proyectos para el mediano plazo.

La idea de hacer algo en el país surgió en 1987, un momento que parecía poco propicio. Hablando con un colega radicado en el Italia, donde trabajaba para una empresa líder del sector de automatización de accesos, le pregunté si podíamos hacer algo así en el país. Ese fue el inicio. Fueron años movidos y de incertidumbre, en los que me recibí de Ingeniero en Electrónica y formamos Aviatel con la idea de fabricar controles remotos, receptores para alarmas y centrales de comando para la automatización de portones, todo un desafío por aquellos años", explica Alejandro Zangari acerca de los inicios de la empresa, que ya lleva 23 años desarrollando y fabricando en el país.

Acerca de a qué se dedicaba la empresa específicamente, Zangari explica: "Al principio comercializábamos transmisores y receptores para sistemas de alarma y luego extendimos las ventas a empresas del sector de la automatización de portones. Con el tiempo nos enfocamos en esta última. Creíamos que había mucho por hacer y contábamos como referente a empresas italianas del sector que eran y aún son el modelo a seguir"

- ¿Fabrican íntegramente sus productos?

- Básicamente sí, ya que el componente importado depende como siempre del contexto macro del país. La fabricación fue nuestra diferenciación inicial: cuando todos importaban motorreductores con sus electrónicas de control, nosotros las fabricábamos. Contamos con un departamento de I+D propio de donde salen todas las ideas, sumadas a la generadas por el feedback con nuestros clientes. Además, contamos con producción propia gracias a inversiones que venimos haciendo desde 2007, por un total de más de medio millón de dólares con una capacidad instalada de fabricación equivalente a 10.000 controles remotos mes.

- ¿Cómo se posiciona la empresa y cuáles son sus perspectivas?

- Hoy somos líderes en el más amplio

sentido de la palabra y nuestras perspectivas son muy buenas, somos pocos los referentes del mercado, lo que conlleva un riesgo implícito, ya que las barreras de ingreso son bajas. Hay muchas oportunidades para crecer. La marca cada vez se hace más necesaria en nuestra industria y muchos de los nuevos clientes directos se acercan solo por la reputación de nuestra marca. El 2011 será para nosotros un año de branding y profundización de las estrategias de pull para los consumidores. Una estrategia de negocios correcta nos guiará al futuro deseado. Actuar con prospectiva nos hace corregir el pasado: me paro en el futuro, veo mi pasado y si no es consistente con ese futuro deseado, lo cambio para alcanzarlo.

"La idea es que Aviatel se transforme en una marca reconocida por el público, más allá de la confianza que brinda a quienes ya usan nuestros productos.

Estamos enfocados en ese sentido, sumando también nuevos productos y tecnologías"

- ¿Cuál es la actualidad del mercado de la automatización de accesos?

- En los consumidores hay poca profundidad y reconocimiento de marca. Por suerte hoy eso está cambiando. Existe un gran desafío: el que logre un buen posicionamiento en la mente del consumidor se llevará los premios. Nuestra propuesta de valor es automatización de alto desempeño al alcance de todos y para ello trabajamos en tres pilares básicos: liderazgo de producto, proximidad con el cliente y excelencia operativa. Creemos que el crecimiento del sector en los próximos años será importante aunque en Argentina es difícil cuantificarlo, ya que en nuestra industria no hay estadísticas ni in-

vestigación de mercado alguna. Una proyección actual nos daría que los hogares argentinos con portones automatizados no llegan al 10%.

- ¿Qué proyección y crecimiento ve para Aviatel dentro de ese mercado?

- Prevemos crecer de un 8% en 2011. Para ello ya estamos trabajando en el presupuesto del próximo año que viene. Nuestro desafío es contar con los recursos necesarios para financiar ese crecimiento, recursos que deben costar lo menos posible para no destruir valor para los accionistas, clientes y clientes internos. Es decir, buscamos un crecimiento acotado pero sustentable. El secreto está en saltar la valla, rentabilidad de los activos netos versus costo del capital.

- ¿Cuáles son los proyectos de la empresa?

- Muchos, estamos en pleno cambio; la estrategia de Aviatel es liderazgo de producto, lo cual implica innovación permanente, tanto en productos o servicios, año tras año. Este año fue el lanzamiento del concepto DUE con la tecnología BIDIX, una nueva categoría en automatización de portones. El año que viene vendrán otros en base a esta tecnología, para la que no hay límites. En comunicación estamos trabajando en la nueva web, que estará lista a inicios del año próximo, una web 2.0, y para fin de año cerramos con un meeting para clientes denominado "Transitando los desafíos hacia el 2011", un encuentro distinto con mucho valor y muy motivante.

- ¿Cuál cree que fue el factor clave del éxito de Aviatel?

- Nuestra cultura y, por supuesto, la pasión, que es lo difícil de copiar. Nuestra cultura nos llevó a ser hoy una empresa de alta confianza, centrada en el cliente y guiada por la innovación. Estamos orientados en conseguir el máximo valor agregado y beneficio para nuestra gente, proponiendo metas y conocimientos compartidos con compliance. ■