

Nyken Argentina

Entrevista a Sandra Santapá, Gerente Comercial

Marca ya reconocida en nuestro mercado, Nyken se preparó, durante todo este año, para ofrecer a sus clientes más calidad en sus productos y mayor capacidad productiva para satisfacer su demanda. Una curiosidad: los orígenes de su nombre.

Nyken es una empresa nacional dedicada a la fabricación integral de automatización de accesos. Su planta, industrial situada en San Justo, provincia de Buenos Aires, Argentina, es el centro de desarrollo tanto de la electrónica microprocesada como de todas las piezas que componen sus equipos. Precisamente, en el área electrónica, logró desarrollar una alta funcionalidad gracias a la versatilidad del diseño con microprocesadores, complementado por un software a medida de cada movimiento.

Consolidada en nuestro mercado y con proyección internacional, sus productos son cada vez más requeridos, por lo cual la empresa dedicó todo este año a acondicionar su planta industrial, invertir en moderna maquinaria y pensar, ya, en nuevos desarrollos, que estará presentando una vez iniciado 2013.

Para conocer la actualidad de la empresa, hablamos con Sandra Santapá, su Gerente Comercial, quien nos contó, a modo de anécdota, los orígenes del nombre de la marca. "En un principio, creímos que por su escritura, la marca Nyken Argentina podría confundirse con alguna subsidiaria extranjera, de orígenes asiáticos. Sin embargo, el nombre se fue imponiendo en el mercado como producto nacional y hoy decimos el por qué de la elección: Nyken significa, ni más ni menos 'nacido y criado en' Argentina, como una manera de reafirmar nuestro trabajo. Es un producto cien por ciento nacional, diseñado y fabricado en el país y pensado inicialmente para nuestro mercado", cuenta Santapá.

- Hoy el producto nacional está siendo más requerido. ¿En Nyken se ve reflejada también esa demanda?

- Durante los últimos meses notamos un incremento de un 50% en nuestras ventas, para lo cual tuvimos que redoblar nuestros es-

fuerzos para poder abastecer esa demanda. Hoy, por circunstancias relacionadas con las importaciones, se acercan a nuestra empresa nuevos clientes, con lo que nos vemos casi en la obligación de aumentar nuestra capacidad productiva. Para poder cumplir con esos pedidos, incorporamos nuevas máquinas y más personal. Tuvimos que hacer un orden de prioridades para no descuidar a nuestros habituales clientes pero tampoco dejar fuera de nuestra cadena de comercialización a los nuevos y brindarle el mismo apoyo y soporte que al cliente habitual.

- ¿Con qué conocimiento del producto llega el nuevo cliente?

- Por lo que nos cuentan, nuestros productos son conocidos, saben de su calidad. A ese cliente que llega a nuestra empresa le brindamos todo el asesoramiento necesario para que se interioricen con nuestros equipos. Asimismo, les brindamos soporte técnico constante y material gráfico con todo lo necesario para realizar su instalación. Depende también de la experiencia previa de ese instalador.

- Crecieron en ventas y en productos, ¿cómo fue ese proceso?

- Todo este año fue para nosotros un período de preparación. No sólo para recibir a nuevos clientes, sino también para poder responder a todo el mercado en general. Es por eso que invertimos en el área de marketing y en el área técnica a través de manuales y tutoriales online para que el instalador tenga a su disposición toda la información posible. También se invirtió en maquinaria más moderna, que nos permitirá ampliar nuestra capacidad productiva.

- Después de todo ese trabajo, ¿cuáles son los proyectos de la empresa?

- La idea es seguir apostando al



mercado nacional, apuntando de manera constante a nuestros clientes, tanto de Buenos Aires como del interior del país. Trabajamos para que sientan que no solo les vamos a brindar un producto confiable y robusto sino que los vamos a acompañar desde la parte técnica en todo lo que precisen. Otro trabajo muy fuerte que se está haciendo es en el rediseño de los equipos, otorgándoles una nueva estética, acorde a lo que piden hoy los usuarios. También, estamos trabajando en nuevos productos, que estaremos presentando en los próximos meses.

- ¿Pensaron en la posibilidad de exportar?

- Es una de las metas, sin dudas. Creemos que todo lo que invertimos en preparación este año va a traducirse en una expansión de la marca. No perdemos de vista que somos una empresa nacional y que aquí está nuestro mercado, en el que nacimos y crecimos. Eso no quita que vayamos, de a poco, pensando en mostrar nuestros productos en el mercado latinoamericano, principalmente, aunque hemos tenido algunos contactos con empresas de España, por ejemplo, que están interesadas en nuestras soluciones. ■

NYKEN
ARGENTINA S.A.

"Hoy la demanda de equipos nacionales creció casi un 50% y para satisfacerla adquirimos máquinas e incorporamos más personal. Aumentar la capacidad productiva, además, nos hace pensar que podemos ser exportadores de equipos para automatismos"