



“El éxito se basa en la comprensión al cliente”

Entrevista a Gary L. Brimimage y Santiago Pérez

Con unidades de negocios diversificadas y presencia en todo el mundo, Johnson Controls es una de las compañías integradoras de tecnología más reconocida del mercado. La inauguración de sus nuevas oficinas en Argentina fue el pretexto para la entrevista con dos de sus directivos

Fundada hace más de un siglo, Johnson Controls es una empresa global y diversificada cuyo principal foco de negocios es proveer al mercado de soluciones eficientes y de la más novedosa tecnología. El compromiso de la compañía con la sustentabilidad y eficiencia en la administración de los recursos se remonta a sus raíces, en 1885, con el invento del primer termostato ambiental eléctrico. Desde entonces, a través de distintas estrategias de crecimiento, y al aumentar la participación en el mercado, Johnson Controls se comprometió en brindar valor a sus accionistas, contribuir al éxito de sus clientes y proponer un cambio cualitativo en la vida de los usuarios.

La presencia de Johnson Controls en nuestro país sumó, hace muy poco tiempo, un nuevo hito: la apertura de sus nuevas oficinas, ocasión para la cual directivos de la casa matriz visitaron nuestro país.

Santiago Pérez, Vicepresidente y General Manager de la División Building Efficiency Europa, Africa, Medio Oriente y Latinoamérica, y Gary L. Brimimage, Vicepresidente & Managing Director Building Efficiency para Latinoamérica, fueron dos de las autoridades presentes para la ocasión y con ellas hablamos acerca de la actualidad de la compañía.

- ¿Qué es, básicamente, Johnson Controls como compañía y cuáles son sus perspectivas de crecimiento en nuestra región?

Gary L. Brimimage: - Johnson Controls es una empresa muy diversa en cuanto a sus unidades de negocios y la marca por la que es más conocida en Estados Unidos es York, en lo que tiene que ver a refrigeración. Su estructura es muy grande y basa sus operaciones en distintos canales, cada uno con una función específica. Así es como se maneja en todo el mundo. En los mercados como Norteamérica, Europa y Asia son mercados en los



Diego Barron, General Manager Building Efficiency Southern Cone; Gary Brimimage; Santiago Pérez y Bernardo Kaplan, Systems's Manager Complex, Fire & Security.



Exceder las expectativas del cliente es una de las filosofías de la empresa. Entender sus necesidades y resolverlas a través de la tecnología es el distintivo y principal causa de su crecimiento global.

que tenemos gran presencia y estamos trabajando para incrementar nuestra participación en otros, como el latinoamericano. Un dato a tener en cuenta en Latinoamérica es el crecimiento del poder adquisitivo del ciudadano medio, con lo cual las perspectivas de crecimiento y de lograr mayor volumen de negocios se acrecienta.

- Teniendo en cuenta las distintas culturas, ¿cuáles son los fundamentos para posicionar a la empresa en una región?

Santiago Pérez: - Hay pautas que son universales. Todos los clientes quieren ser escuchados y que tu respuesta no sea genérica sino que contemple una respuesta a sus necesidades. Y precisamente eso es parte de la misión de Johnson Controls como empresa: exceder las expectativas de los clientes. Hay determinadas cuestiones que cambian las maneras de relación con el cliente, dependiendo de la región. Por ejemplo, en Medio Oriente se dan proyectos faraónicos, que requieren de una gran infraestructura y un tratamiento de la obra muy especial, mientras que en América

Latina, por ejemplo, hay grandes proyectos pero no de la magnitud de los existentes en otras partes del mundo, por lo que la relación y el trabajo con los clientes requiere de otra dinámica.

- ¿Cuáles son las estrategias, entonces, para instalar la marca en Latinoamérica?

Santiago Pérez: - Johnson Controls no solo produce su propia tecnología sino que, además, es proveedora de soluciones en muchos rubros de tecnología y no solo en seguridad. Energía, seguridad, incendios y accesos, por ejemplo, integran la oferta de la empresa. Tenemos nuestra propia oferta de productos propios, pero tenemos muchísimos proveedores que ayudan a que Johnson Controls pueda ofrecer una solución integral al cliente.

Gary L. Brimimage: - La estrategia de Johnson Controls es enfocarse en segmentos verticales, que son los que mayores resultados nos ofrecen y a los que mayor número de soluciones podemos ofrecerle. Muchas empresas asociadas a las nuestras son, en general, proveedoras de productos tecnológicos, mientras que Johnson es una integradora de soluciones. Ese es nuestro gran diferencial.

- ¿Cuáles son las formas en las que potencian la relación con sus clientes?

Santiago Pérez: - La empresa está enfocada en brindarle al cliente el mejor servicio posible, con el mayor servicio disponible, entendiendo siempre sus necesidades. Es decir, no es lo mismo proveer soluciones a una industria que a un hospital, por ejemplo, donde se necesita poner atención en ciertas funciones críticas, para garantizar su normal funcionamiento. Esa comprensión de las necesidades del cliente, brindándole la respuesta adecuada, es una de nuestras grandes fortalezas. ■