

# Pyronix by Hikvision

La marca se reinventa y presenta nuevos productos

Con 30 años de presencia ininterrumpida en el país y tras ser adquirida por Hikvision, Pyronix relanza su portfolio de productos al mercado, apoyado en nuevos desarrollos y tecnologías. El Ing. Martin Hanono, Gerente regional de la marca, adelanta los proyectos para los próximos meses.



PYRONIX

 [www.pyronix.com](http://www.pyronix.com)

 /Pyronix

 @Pyronix

 /company/pyronix



**F**undada en 1986 por Julie A. Kenny en Rotherham, condado de South Yorkshire, en Inglaterra, Pyronix se introdujo en el mercado de los sistemas de alarmas a través del desarrollo y producción de un detector pasivo infrarrojo (PIR) de alta calidad y con avanzadas características. Posteriores avances tecnológicos y múltiples patentes, dieron origen a una completa familia de detectores.

Hace un año, Pyronix fue adquirida por el fabricante de productos y sistemas para videovigilancia Hikvision, compañía con la que se plantea un ambicioso plan de expansión que lleve a la marca a abarcar una mayor porción de mercado que antes, por razones de costos, no podía lograr.

“Una de las principales razones por las que Hikvision adquiere Pyronix es la posibilidad de ingresar al mercado de intrusión sin improvisaciones, ya que esta compañía cuenta con patentes y desarrollos tecnológicos en detección de movimiento y sistemas inalámbricos de avanzada, con un nivel que no muchos fabricantes en el mundo tienen”, explicó Martín Hanono, Gerente regional de la compañía.

“Pyronix es una marca reconocida a nivel mundial pero que nunca estuvo entre las líderes en Latinoamérica, básicamente por lo costoso de su alta tecnología. Esa ecuación, hoy y gracias al aporte de Hikvision, estamos en con-

diciones de revertirla”, concluyó el directivo de la marca.

- ¿Cuál es el principal beneficio para Pyronix?

- Con esta adquisición, los costos de fabricación comenzaron a bajar, gracias a la capacidad de compra de grandes volúmenes de componentes y una reducción de los márgenes de comercialización. Además, se potenció su capacidad de Investigación y Desarrollo, ya que de tener alrededor de veinte ingenieros dedicados a esta tarea pasó a contar con más de ochenta, lo que nos asegura un crecimiento en cantidad y tecnología de productos muy importante. Este es uno de los secretos del vigoroso crecimiento de Hikvision, y que nos llevó a ocupar el número uno del mundo: la enorme inversión en I+D.

- ¿Se ven ya algunos resultados?

- Sí, en algunos aspectos comenzamos a ver los resultados, sobre todo en la presentación de nuevos productos. Además de los que ya tenemos oficialmente en cartera, el roadmap de lanzamiento está muy nutrido y va a sorprender al mercado. El próximo año viene muy cargado de novedades, que

nos permitirán revolucionar un rubro que durante muchos años tuvo pocos cambios tecnológicos.

- ¿Cuáles son los principales cambios en la tecnología?

- Hace un tiempo comenzaron a incorporarse nuevos medios de transmisión a través de Internet, que posibilitan manejar sistemas práctica y eficientemente de manera remota mediante una app, recibir notificaciones Push, comandar e interrogar una central y sus salidas programables, etc. Por otro lado, hemos avanzado mucho con nuestros detectores de exterior, hasta haber llegado a productos con una excelente performance de detección a un precio muy competitivo. Todas estas opciones le dan un nuevo aire a un mercado maduro como el de intrusión. Esa estandarización también había marcado una meseta en la relación entre costos y precios de venta, lo cual también le había disminuido el atractivo al negocio de instalación. Con estos nuevos productos que presentamos, el mercado renueva su interés: si una empresa o instalador vende solo una alarma sus márgenes son muy acotados. Ahora, si además de un sistema de alarma le vende al cliente una



Nuevas oficinas Puerto Madero

automatización y otras opciones de mayor valor agregado, podrá volver a ver el negocio de las alarmas de intrusión como una opción mucho más rentable. Así, entonces, con las nuevas funciones de los sistemas de alarma, se renueva el interés para las empresas e instaladores.

Todo esto será complementado antes de fin de este año con la integración con el resto de las tecnologías Hikvision, como ser video, control de accesos y video porteros por IP, lo que abre un mundo de nuevas posibilidades.

- ¿En qué marcas se enfocan como competencia directa?

- Luego de más de tres décadas de exitoso crecimiento, aunque se enfocó básicamente en el mercado europeo, Argentina fue, curiosamente, el primer país americano en el que Pyronix tuvo presencia y el que le permitió abrir nuevos mercados.

"Hoy tenemos en Argentina y en la región un market share pequeño. Por esto, no nos fijamos como meta una competencia directa con alguna otra marca. Estamos trabajando en ganar mercado y hacerlo con la impronta de Hikvision: invadiendo con una gama de productos innovadores mucho más amplia y con precios agresivos, sin resignar la calidad", explicó Hanono acerca de las metas de la compañía.

"A esta altura nadie duda de la calidad de Hikvision así como nadie duda de la calidad de los productos Pyronix. Entonces, nuestra estrategia no es mirar hacia afuera, hacia la competencia, sino mirar hacia adentro, replicando las estrategias utilizadas por Hikvision para posicionarse en el número uno para hacer crecer también a las líneas de intrusión, basado siempre en el desarrollo de nuevos productos", concluyó.

- ¿Cuáles serán los principales mercados apuntados?

- La idea es posicionarse a la marca en todo el mundo, no queremos restringirnos a un área determinada. En Brasil, por ejemplo, en lo que a sensor de movimiento se refiere, estamos cerca del número uno. El mercado brasileño siempre fue muy difícil para Pyronix, ya que tienen muy protegida su industria y existen muchos fabricantes locales. Siempre vendimos bien en ese país pero solo productos de gama media y alta. Nos fue muy difícil ingresar con productos de gama baja, que es donde se mueve el mayor volumen de ventas.

- ¿Cómo será la relación de Pyronix con los profesionales?

- Una vez que presentemos toda la nueva línea de productos, vamos a poner énfasis en la capacitación, promoviendo certificaciones fundamentalmente en los nuevos paneles, ya que hay que mostrarle al instalador e integrador toda la capacidad de la que disponen estos productos, para que tomen conciencia del valor que agrega esta tecnología, y los negocios que esto puede generar. Por otro lado, estamos trabajando con un gran distribuidor como Dialer, con el que tenemos una excelente relación desde hace 20 años y seguiremos trabajando con ellos, ya que los consideramos no solo excelentes profesionales sino también grandes personas y socios de negocios, que siempre han acompañado a la marca. Pero para lograr nuestro objetivo, requerimos de nuevos distribuidores y el primer paso lo dimos sumando a SF Technology, que ya cuenta con mercadería en stock, y Security One, que recibirá su primer embarque en algunas semanas, lo cual nos ayudará a ganar

la cuota de mercado que nuestros productos, por variedad, tecnología, calidad y precio merecen alcanzar.

- ¿Cuál es la estrategia para llegar al interior del país?

- Se trata sin dudas de un gran mercado, con plazas muy importantes como Córdoba, Mendoza, Rosario, Santa Fe, la región norte de Argentina y grandes ciudades del sur del país. Son mercados sumamente atractivos sobre los que estamos trabajando de manera efectiva, ya que contamos hoy con muchos más recursos que hace unos años. Trabajaremos con una cantidad limitada de distribuidores, el mínimo indispensable, y con un fuerte apoyo en la figura del subdistribuidor, principalmente en el interior del país. Lo más importante es que el instalador se encuentre con un proveedor confiable, evitándole, por ejemplo, a un profesional de Córdoba comprar en Buenos Aires, con el tiempo y costos que esto implica.

- ¿Cuáles son las expectativas para los próximos meses?

- Un gran paso fue establecer la oficina regional de Hikvision en Puerto Madero, Buenos Aires, con una sala de capacitación para 90 personas. Todos los recursos con los que contamos hoy hacen que no veamos dificultad en lograr lo que logró Hikvision con el mercado de la videovigilancia: llegar a ser los número uno. ■

UNIDADES DE NEGOCIOS

- Centrales de alarma de intrusión.
- Detectores de interior.
- Detectores de exterior.