

Nacida como importadora de alarmas y con más de diez años en el mercado de la seguridad, Secusys es una de las empresas pioneras en el rubro de la grabación digital de imágenes, un mercado que está abriendo sus posibilidades gracias al conocimiento de nuevas tecnologías.

"El crecimiento debe ser en capacitación"

- ¿Cómo nació la empresa?

- Secusys se inició el 2 de mayo de 1995 como distribuidora de alarmas. Eramos distribuidores de Paradox y luego apareció Sur Argentina, que nos captó como distribuidor mayorista. Al poco tiempo comenzamos a perfeccionarnos luego en grabación de video y cámaras, que por ese entonces era un mercado inexplorado, con poca competencia entre empresas.

- ¿Cuáles fueron sus primeros pasos en la grabación digital?

- En el 2000 fuimos de las primeras empresas, puntualmente con GeoVision, en incursionar en la grabación digital, después de muchos años de trabajar con equipos analógicos. Trajimos primero una placa, vimos de qué se trataba... Estuvimos seis meses hasta que logramos optimizar el sistema, un equipo de 12 cuadros por segundo. Tuvimos la suerte de haber analizado bien el mercado de video, de haber ingresado en el momento y de haber elegido un producto realmente seguro, a precio razonable y amigable con el usuario.

- ¿Cuál es el principal mercado de la empresa?

- Hoy, las grandes empresas y los bancos. Las empresas pequeñas recién están comenzando a conocer lo que es la grabación digital, los precios están acomodándose mejor al mercado y eso está haciendo que el negocio comience a diversificarse. Pero es como todo en general: hace 15 años un sistema de alarmas no estaba al alcance de cualquiera mientras que hoy es un producto común, más masivo. Con la grabación digital estimo que va a suceder lo mismo.

- ¿Cómo ve a futuro la grabación digital de video?

- Creo que en los próximos tres o cuatro años la grabadora digital va a hacerse popular y habrá que estudiar entonces para dónde va el mercado. Y las cámaras IP son una buena alternativa y nos parece un producto muy interesante y con buenas posibilidades de desarrollo si bien resultan todavía hoy muy costosas en comparación con otros sistemas.

- ¿Los desarrollos de software son propios?

- No, nosotros trasladamos nuestras inquietudes a GeoVision y ellos lo desarrollan. Nosotros lo que hacemos es probarlo y armar el entorno para que el equipo funcione adecuadamente. GeoVision no deja de ser un placa digitalizadora de video y es fundamental cumplir con las especificaciones del fabricante para sacarle el jugo a ese software tan potente que tiene, que no sólo graba sino que añade funciones como enviar mails, imágenes, mensajes de audio o recobrar información por internet.

- ¿Hacen capacitación de personal?

- Sí, de manera permanente. Cuando traés un nuevo producto al instalador tenés que demostrarle por qué ese producto puede ser un buen negocio para él y después capa-

cularlo en su uso, más en el rubro informático. En general, el instalador es electricista y cree que la informática es un cuco. Hay que demostrarle que no es así.

- ¿Qué significó la llegada de la grabación digital?

- El paso de lo analógico a lo digital fue enorme. Modificó mucho el uso y la calidad. Las imágenes son mucho más precisas y la búsqueda más sencilla. Con las antiguas grabadoras uno podía pasarse horas buscando un imagen y cuando la recobraba no estaba completa o era muy pobre en calidad. Hoy, con la grabadora digital eso no sucede. El precio de las grabadoras está bajando, lo que las pone al alcance de más usuarios. Y a medida que va mejorando la informática, que los productos se van haciendo más accesibles podemos ir mejorando el mercado, captando más capas sociales como potenciales clientes

como potenciales clientes

- ¿Qué cambió en el mercado de la seguridad, más allá de la tecnología?

- Creo que cuando hay algo novedoso y comienza a ser aceptado por el mercado, empieza a ser más popular, más empresas empiezan a ofertarlo. Por ejemplo, cuando comenzamos con las alarmas, más allá de que había una gran cantidad de empresas, apareció Prosegur y abrió el mercado del monitoreo. Con precios más bajos y mucha publicidad comenzó a informar a la gente sobre el monitoreo de alarmas y lo

popularizó. Así, al haber más empresas que están ofertando en el mercado de la grabación, la competencia es mayor, se mejoran los productos, bajan los precios y, fundamentalmente, la gente empieza a tomar conocimiento del sistema.

- ¿Qué cambió en el mercado de la seguridad en general?

- Creo que está todo muy relacionado con el mercado capitalista, estamos inmersos en un mercado mundial de esas características. Primero la variedad de marcas y opciones, después los grandes monstruos que comienzan a monopolizar. Eso no le hace bien al mercado... En nuestros inicios, cuando había más gente en esto, el distribuidor era aceptado como un intermediario que se dedicaba a capacitar gente y por esa intermediación recibía un porcentaje del precio del producto. Hoy eso desapareció. Quedaron las grandes empresas, nuevas compañías, y solo unos pocos pudimos mantenernos luego de la crisis económica.

- ¿Cuál es el futuro de Secusys como empresa?

- Somos una empresa en expansión pero con la intención de no crecer demasiado. Creo que crecer demasiado nos haría caer en una burocracia que nos quitaría el trato directo con el cliente. Queremos crecer en capacitación y conocimiento para poder seguir asesorando, algo que nos distingue en el mercado. Si hay algo que nuestros clientes reconocen es nuestro servicio de posventa. Es un gremio chico y tanto si te va bien como si te va mal, enseguida se sabe. Por eso queremos estar seguro de lo que hacemos.



Rubén Campodónico,
titular de Secusys