

# Palabras de nuestros referentes

## Frases & Expresiones

A lo largo de una década, Revista Negocios de Seguridad dio a conocer el pensamiento y el sentir de cada uno de los profesionales que integran la industria. La realidad del mercado, sus expectativas y sus logros se fueron plasmando en cada una de las notas realizadas. Muchos fueron más allá de la formalidad requerida y, en innumerables ocasiones, fueron partícipes de nuestra consulta, ofreciendo a estas páginas lo más valioso con lo que se puede contar: su experiencia a la hora de evaluar la realidad, traducida desde una actividad específica como lo es la seguridad. Compartimos con nuestros lectores cada una de esas palabras, que deben interpretarse en el contexto de la época en la que fueron pronunciadas.



### 3WAY SOLUTIONS

Guillermo Massucco,  
Socio Gerente

*"El paso hacia nuevas tecnologías no tendría que ser traumático"*

(Nro. 18 – May 2005)



### ALASTOR

Juan Hamparsomian,  
Presidente

*"El cliente es, sin dudas, el activo más importante de cualquier empresa"*

(Nro. 53 – May/Jun 2010)



### ADBIOTEK

Alex Savitsky,  
Director de Desarrollos

*"En la biometría, a través de la validación de nuestros rasgos únicos, está el futuro de la identificación de personas"*

(Nro. 51 – Feb/Mar 2010)



### ALIARA

Eric Natusch, Gerente Comercial

*"La tecnología de detección perimetral crece de manera exponencial, permitiendo hoy asociar e integrar otros sistemas de seguridad"*

(Nro. 46 – Jul/Ago 2009)



### ADT

Leandro Dorfman, Gerente  
Vertical Markets & Global Accounts

*"Tener el respaldo de una marca significa poder abrir la posibilidad de nuevos negocios, de generar nuevos clientes"*

(Nro. 57 – Nov/Dic 2010)



### ALONSO HNOS. SIRENAS

Jorge Alonso, Presidente

*"En un mercado tan exigente como el actual no pueden ofrecerse productos de mala o poco probada calidad"*

(Nro. 45 – May/Jun 2009)



### ALARMAS DEL CENTRO - ADC

Marcelo Martínez, Gerente Gral.

*"Sostenerse y crecer en recesión fue todo un desafío. Ahora es momento de incrementar los logros a través de recursos genuinos"*

(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)



### ALSE LATINA

David Dangelis, Gerente Gral.

*"No culpar a los terceros por las fallas e investigar permanentemente, interpretando la demanda del mercado, son factores de crecimiento"*

(Nro. 65 – Nov/Dic 2011)



### ALARMAS TAUSEND

Alejandro Mandl, Fundador

*"Cuando se pone énfasis en los procesos, el producto final argentino compite de igual a igual con el importado"*

(Nro. 36 – Mar 2008)



### ALTEL S.R.L.

Marcelo A. Martínez,

Socio Gerente

*"La tecnología inalámbrica ha llegado para quedarse y estamos convencidos de que el futuro de la seguridad no tendrá cables"*

(Nro. 54 – Jul/Ago 2010)



**ANICOR S.A.**  
Miguel Angel Novoa,  
Gerente Comercial  
*"Trabajar en la calidad y confiabilidad de los productos es una de las claves para lograr vanguardia y trascendencia como empresa"*

(Nro. 47 – Ago/Sep 2009)



**ANKER MAYORISTA DE MONITOREO**  
Gastón Tígalo, Socio Director  
*"Después de estar del lado del instalador se comprenden los puntos esenciales para ser exitosos en la industria"*

(Nro. 48 – Oct/Nov 2009)



**ARCONTROL**  
Gustavo Reiter, Titular  
*"Tener la confianza del cliente es fundamental para seguir creciendo"*

(Nro. 18 – May 2005)



**ARG SEGURIDAD**  
Ariel Menutti, Ej. de Cuentas  
*"La seguridad electrónica se está convirtiendo en una industria de niveles masivos, con gran aprovechamiento de las redes de comunicación"*

(Nro. 38 – Jul 2008)



**ARROW ARGENTINA**  
David Hoffman, Director de Operaciones para LATAM  
*"Solo una empresa cuya estrategia incluya un alto nivel de conocimiento podrá cumplir con los desafíos del futuro"*

(Nro. 70 – Jul/Ago 2012)



**AVG ELECTRÓNICA**  
Carlos Véliz, Socio Gerente  
*"La realidad socioeconómica hace que las empresas de seguridad y sus afines encuentren oportunidades ciertas de crecimiento"*

(Nro. 57 – Nov/Dic 2010)



**AVIATEL**  
Alejandro Zangari, CEO  
*"Hoy existe un gran desafío: el que logre posicionamiento de marca en el consumidor, seguramente sacará buenos réditos"*

(Nro. 57 – Nov/Dic 2010)



**BAGUI S.A. - PRONEXT**  
Federico Ballabriga,  
Gerente de Compras  
*"Hoy, el cliente valora tanto un buen producto como la atención que se le brinda"*

(Nro. 38 – Jul 2008)



**BCG**  
María Beatriz Amado Cattáneo,  
Gerente Comercial  
*"Desde 2003 el mercado comenzó a mejorar de manera paulatina, pero sostenida"*

(Nro. 23 – Mar 2006)



**BIG DIPPER**  
Gabriel Penella,  
Director General  
*"Parece contradictorio, pero la calidad puede venir aparejada con un bajo costo comparativo"*

(Nro. 48 – Oct/Nov 2009)



**BIGSON SECURITY SYSTEMS**  
Adrián Cho, Socio Gerente  
*"La brecha entre el producto de marca y el llamado genérico en Latinoamérica es muy grande"*

(Nro. 57 – Nov/Dic 2010)



**BYH INGENIERÍA**  
Juan Carlos Bisang, Fundador  
*"Es fundamental respetar los acuerdos alcanzados con los proveedores, manteniendo el círculo virtuoso de la producción"*

(Nro. 68 – Abr/May 2012)



**BYKOM S.A.**  
Diego Cacciolatto,  
Gerente Comercial  
*"Una política de reinversión en investigación y el desarrollo de un modelo de comercialización eficiente son fundamentales para crecer de manera sostenida"*

(Nro. 65 – Nov/Dic 2011)



**CEM**  
Jorge Jaurena, Gerente  
*"Un mercado abierto y competitivo genera la necesidad de evolución tecnológica y desarrolla la inventiva de los empresarios"*

(Nro. 69 – May/Jun 2012)

**CIKA ELECTRÓNICA**

Tony Ko, Socio Gerente  
*"El éxito comercial no es una estrategia, sino un conjunto de buenas prácticas, tanto desde lo humano como desde lo profesional"*

(Nro. 38 – Jul 2008)

**COMFORT HOUSE**

Sebastián Gieco, Director  
*"El mayor potencial de la domótica está en la integración de sistemas"*

(Nro. 34 – Nov. 2007)

**CÓNDOR GROUP**

Eduardo Garrote,  
 Director Comercial  
*"Sería bueno que las empresas trascendieran a las personas"*

(Nro. 21 – Nov 2005)

**CONTINEA**

Carlos Tu, Socio Gerente  
*"Las soluciones en conectividad ya se convirtieron en una necesidad primaria para las empresas de cualquier sector"*

(Nro. 43 – Feb/Mar 2009)

**CRONOS**

Roberto Ingham,  
 Director Ejecutivo  
*"Tengo una profunda confianza en las empresas que lograron sobrevivir al proceso de desindustrialización de los '90"*

(Nro. 15 – Nov. 2004)

**DATCO**

Gabriela Rodríguez,  
 Gerente Comercial Div. Seguridad  
*"Claramente el mercado está apuntando a una integración que migra su tecnología hacia productos IP"*

(Nro. 56 – Oct/Nov 2010)

**DCM SOLUTIONS**

Marcelo Cucci, Socio Gerente  
*"La reconversión tecnológica obliga a una constante inversión y desarrollo en nuevos productos y sistemas"*

(Nro. 31 – May 2007)

**DETAP**

Ing. Ricardo Navarreta, Titular  
*"Ante la venta masiva de importados, los fabricantes argentinos encuentran una gran posibilidad de ganar terreno en el mercado"*

(Nro.43 – Feb/Mar 2009)

**DETCO**

Alberto Alvarez, Presidente  
*"En el mercado actual hay muchas inversiones por venir. Eso posibilitará sin dudas el desarrollo de las empresas"*

(Nro. 31 – May 2007)

**DIALER**

Ricardo Márquez,  
 Gral. Manager  
*"Se puede tener distinto nivel de éxito, pero cuando le ponés pasión a tu trabajo, lo más probable es que te vaya bien"*

(Nro. 62 – Jul/Ago 2011)

**DIGIFIX**

Juan Nasoni,  
 Supervisor Administrativo  
*"Que una empresa de renombre mundial ofrezca garantía en forma local optimiza la relación con los clientes"*

(Nro. 54 – Jul/Ago 2010)

**DIGISET**

Lucas Uner, Socio Gerente  
*"Creemos que estamos en un mercado muy competitivo, pero que aún tiene mucho para ofrecer a quienes trabajen de manera seria"*

(Nro. 62 – Jul/Ago 2011)

**DMA**

Guillermo Scotta, Socio Gerente  
*"El mercado del interior está ávido de nuevas tecnologías. Pero también necesita capacitarse en ellas"*

(Nro. 36 – Mar 2008)

**DOMONET S.A.**

Marco Bonera, Presidente  
*"La seguridad electrónica cambia constantemente y de manera muy profunda, a través de la rapidez de los avances de la tecnología"*

(Nro. 46 – Jul/Ago 2009)

**DRAMSTECHNOLOGY**

Daniel Schapira, Presidente  
*"La función del distribuidor es trabajar con el integrador para entender los requerimientos del cliente, proponer una solución y capacitarlo"*

(Nro. 54 – Jul/Ago 2010)

**DTS2**

Christian Kuhk, Gerente Técnico  
*"Una de las prioridades de la empresa debe ser la capacitación del usuario y del instalador o integrador"*

(Nro. 47 – Ago/Sept 2009)

**DVR STORE**

Germán Losada, Gerente Comercial  
*"El trabajo y desarrollo de una marca potencian el desarrollo de una empresa"*

(Nro. 47 – Ago/sep 2009)

**DX CONTROL**

Daniel Valle, Socio Fundador  
*"Pensamos el crecimiento de la empresa como el de las personas que acompañan un proyecto"*

(Nro. 64 – Oct/NOV 2011)

**ELCA S.R.L.**

Sergio Pattacini, Socio Gerente  
*"Estamos orgullosos de nuestra nueva sede: es la concreción de un anhelo de cada uno de los que soñamos la empresa que hoy tenemos"*

(Nro. 68 – Abr/May 2012)

**ELECTRÓNICA DEL FUTURO**

Carlos Fisher, Socio Gerente  
*"Muchos pasaron de ser 'clientes' a importadores directos. Esto habla muy bien del crecimiento del mercado local"*

(Nro. 20 – Sept 2005)

**ELECTRONICS LINE**

Patricio Ramallo, Gerente de Ventas LATAM  
*"A través de la fusión con Risco, buscamos posicionarnos como una opción de calidad en la integración de tecnologías"*

(Nro. 61 – May/Jun 2011)

**ELECTROSISTEMAS**

Roberto Junghans, Gerente General  
*"Para competir con éxito hay que estar preparados desde los valores éticos de la competencia leal"*

(Nro. 52 – Abr/May 2010)

**FIESA S.R.L.**

Rodolfo Müller, Gerente Técnico  
*"En la actualidad la tecnología IP es la que marca la tendencia y el rumbo del mercado, en consecuencia con el auge de Internet"*

(Nro. 44 – Abr/May 2009)

**FURED**

Daniel Aiello, Gerente General  
*"El crecimiento y la evolución de una empresa siempre traen aparejados la apertura de nuevos mercados"*

(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)

**GETTERSON ARGENTINA**

Walter Chaio, Vicepresidente  
*"Contar con el producto requerido al instante es fundamental"*

(Nro. 18 – May 2005)

**GONNER**

Daniel Buscio, Socio Gerente  
*"Una de las claves del éxito es superar los obstáculos y optimizar recursos"*

(Nro. 28 – Nov 2006)

**GTE**

Gustavo Tono, Titular  
*"La tecnología GPS todavía está en pleno crecimiento"*

(Nro. 24 – May 2006)

**GRUPO NÚCLEO**

Mariano Di Julio, Dto. de Conectividad  
*"Estamos en condiciones de desarrollar y ensamblar nuestros propios productos para abastecer al mercado"*

(Nro. 63 – Ago/Sept 2011)



**INDUSTRIAS QUILMES**

Ignacio Bunge, Apoderado  
*"La no exigencia de normas puede atender seriamente al crecimiento del mercado"*  
 (Nro. 18 - May 2005)



**ISELEC**

Jorge Panzuto, Socio  
*"No está incorporado en la gente que la protección contra incendios es tan importante como un sistema contra robos"*  
 (Nro. 69 - May/Jun 2011)



**INGAL**

Karina Lemma, Gerente Comercial  
*"La tecnología LED es la solución de iluminación que se está incorporando a todo tipo de uso, más allá de la seguridad"*  
 (Nro. 63 - Ago/Sep 2011)



**ISIKAWA ELECTRÓNICA**

Norberto Isikawa, Presidente  
*"La seguridad electrónica es la herramienta tecnológica que mayor eficacia ha demostrado en materia de prevención de potenciales infortunios"*  
 (Nro. 31 - May 2007)



**INGESYS**

Sergio Esterkin, Gerente Comercial  
*"Calidad y tecnología deben ser los parámetros del sector"*  
 (Nro. 25 - Jul 2005)



**ISOLSE**

Ramiro Arleo, Socio Gerente  
*"En los '90 el mercado creció con el impulso de las 'nuevas privatizadas'. Hoy lo hace sumando esfuerzos desde todos los sectores"*  
 (Nro. 27 - Sept 2006)



**INTELEKTRON**

Marcelo Colanero, Presidente  
*"Logramos en la empresa conformar un grupo de gente y profesionales que fueron creciendo juntos, adaptándose a los cambios"*  
 (Nro. 54 - Jul/Ago 2010)



**ISTC**

Claudio Prado, Gte. de Ventas para el Cono Sur  
*"La variable fundamental para el crecimiento del mercado es el sostenimiento del crecimiento económico general del país"*  
 (Nro. 34 - Nov. 2007)



**INTEPLA**

Víctor Piemonte, Gerente Comercial  
*"Un buen producto no garantiza el crecimiento. Para lograrlo hay que ofrecer un servicio integral al cliente"*  
 (Nro. 34 - Nov. 2007)



**KELCOM**

Pablo Sánchez, Gerente Comercial  
*"La comunicación IP primaria es actualmente un nicho de mercado que ofrece grandes posibilidades"*  
 (Nro. 53 - May/Jun 2010)



**INTRACOM**

Pablo Weinstein, General Manager  
*"Mientras las variables económicas continúen y el mercado mantenga su estabilidad, la curva de crecimiento será sostenida"*  
 (Nro. 54 - Jul/Ago 2010)



**KYMSA**

Federico Kistermann, Titular  
*"En un mercado complejo, con una gran oferta, hay que exigirse en la selección de los productos adecuados. Eso ayuda a la competencia"*  
 (Nro. 52 - Abr/May 2010)



**IRTEC AUTOMATISMOS**

Daniel Iriarte, Director  
*"El mercado argentino se ubica entre los de usuarios que buscan calidad, durabilidad y estética en los productos"*  
 (Nro. 44 / Abr/May 2009)



**LANTRÓNICA DE ARGENTINA**

Matías Chervín, Depto. de Ingeniería  
*"La evolución es constante. Asomó el monitoreo urbano en 2008 y hoy está en plena consolidación"*  
 (Nro. 43 - Feb/Mar 2009)

**M3K ARGENTINA**

Juan Manuel Puente, Coord. del Depto. de Planificación y Control  
*"El negocio es rentable y refleja incrementos positivos. Eso ayuda a planificar la oferta de productos y servicios"*

(Nro. 52 – Abr/May 2010)

**MAXX TECHNOLOGY**

Mario Olivera, Director  
*"Nuestro país sin dudas puede exportar tecnología de excelencia"*

(Nro. 38 – Jul 2008)

**MEDITECNA**

Martín Cuello,  
Ejecutivo para la línea FLIR  
*Hace falta dar a conocer la tecnología de las cámaras térmicas y sus aplicaciones. Crear la necesidad del usuario y eso lleva un tiempo"*

(Nro. 65 – Nov/Dic 2011)

**MICROCOM ARGENTINA**

María Inés Tornati,  
Gerente de Marketing  
*"Ofrecer soluciones integrales y la incorporación de nuevas marcas, integrando seguridad y conectividad ayudará a las empresas a posicionarse"*

(Nro. 64 – Oct/Nov 2011)

**MICROFAST S.R.L.**

Daniel Steirensis, Socio Gerente  
*"Una empresa con experiencia en redes tiene terreno ganado a la hora de ofrecer un servicio integral en proyectos de video por IP"*

(Nro. 45 – May/Jun 2009)

**MOBOTIX AG**

Jorge Ferrón,  
Director de Breathe-TDV BV  
*"Latinoamérica se encuentra en una situación muy especial, de crecimiento. El resto del mundo se encuentra en una crisis económica como pocas"*

(Nro. 61 – May/Jun 2011)

**MONITORA**

Ernesto Cavazza, Socio Gerente  
*"El interior del país está creciendo en su demanda de seguridad y las empresas debemos estar preparadas para cubrir esa demanda"*

(Nro. 53 – May/Jun 2010)

**MONITOREO.COM**

Modesto Miguez, Presidente  
*"El recurso más escaso en las organizaciones es el conocimiento. Quien lo posea estará bien posicionado para crecer de manera sustentable"*

(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)

**MOVATEC**

Dr. Venialgo Acevedo,  
Fundador  
*"Hay un cambio cultural en el que la seguridad no es un término que alude a la defensa sino que está relacionado con la prevención"*

(Nro. 33 – Sept. 2007)

**NAGROZ S.R.L.**

Vicente Casares, Socio  
*"Un cerco eléctrico no mata, ni siquiera lastima. En el campo este tipo de sistema se utiliza como herramienta desde 1930 y nunca produjo una muerte"*

(Nro. 65 – Nov/Dic 2011)

**NETIO S.R.L.**

Antonio Prado, Director Técnico  
*"Debe ponerse el foco en mercados donde haya que resolver los problemas de comunicación donde no existen líneas convencionales"*

(Nro. 64 – Oct/Nov 2011)

**NYKEN ARGENTINA**

Juan Carlos Laruccia, Director  
*"La meta de una empresa debería ser no solo proveer equipos al instalador, sino asesorarlo, colaborar con él para generar vínculos de mutuos beneficios en el tiempo"*

(Nro. 60 – Abr/May 2011)

**PPA ARGENTINA**

Adrián La Fontana,  
Gerente Técnico  
*"La transmisión por Internet ya está ganando el mercado, lo que obliga a replantearse los vínculos de comunicación"*

(Nro. 31 – May 2007)

**PRIORIDAD1**

Judith Taglia, Supervisora Comercial de la Div. Monitoreo  
*"Un diferencial muy importante en un empresa de monitoreo es la personalización del cliente"*

(Nro. 68 – Abr/May 2012)

**PROBATTERY**

Gabriel Szulewics, Director Gral.

*"La energía recargable, en óptimas condiciones de portabilidad, eficiencia y seguridad es un desafío posible de superar"*

(Nro. 49 – Nov/Dic 2009)

**PRO-SOFT ARGENTINA**

Julio Lechuga, CEO

*"La biometría es un elemento más en casi todas las organizaciones, lo que facilita la decisión de compra por parte del consumidor final"*

(Nro. 61 – May/Jun 2011)

**RADIO OESTE**R. Bruno Dipietro,  
Vicepresidente*"Una red de distribuidores eficiente sostenida por una empresa ordenada es una forma segura de crecer, en cualquier mercado"*

(Nro. 54 – Jul/Ago 2010)

**RIGHTKEY**

Pablo Bertucelli, Gerente Gral.

*"Un equipo de marca contra uno genérico no tiene sencilla la competencia, ya que en grandes producciones hay reducción de costos"*

(Nro. 17 – Mar 2005)

**RISCO GROUP**Marcelo Raschinsky,  
Regional Manager*"A través de Electronics Line, Risco accede a un mercado que tenía vedado: integración en seguridad domiciliaria"*

(Nro. 61 – May/Jun 2011)

**RYDSA**

Walter López,

Ingeniero de Proyectos

*"La mejor solución es aquella que contempla todos los detalles con los mejores productos para cada área"*

(Nro. 52 – Abr/May 2010)

**SECURITY ONE**

Christian Solano,

Socio fundador

*"Tener el respaldo de una marca de renombre internacional permite el crecimiento de una empresa"*

(Nro. 45 – May/Jun 2009)

**SECUSYS**

Rubén Campodónico, Titular

*"El crecimiento de una empresa puede medirse en su inversión en capacitación"*

(Nro. 19 – Jul 2005)

**SEGURPLUS**

Victor Bravo, Presidente

*"Con buenos pronósticos, aunque con costos crecientes, implica todo un desafío poder competir con éxito en el negocio del monitoreo"*

(Nro. 62 – Jul/Ago 2011)

**SELNET**

Roberto Alvarez, Presidente

*"La logística es un valor agregado para la captación de nuevos clientes"*

(Nro. 47 – Ago/Sept 2009)

**SENSTAR STELLAR**

Arq. Daniel del Boca, Director

*"La competencia, en general, se presenta más allá de los nombres o marcas: es entre aquellas empresas serias y las improvisadas"*

(Nro. 44 – Abr/May 2009)

**S.E.I.**

Eduardo Casarino, Socio

*"Es necesario promover la industria electrónica, para lograr desarrollos propios, que vayan sustituyendo a las importaciones"*

(Nro. 65 – Nov/Dic 2011)

**SIMICRO**

Gregorio Aspís, Presidente

*"La única manera de llegar al cliente no solo es mostrarle productos, sino lo que es la empresa"*

(Nro. 41 – Nov 2008)

**SISTEMAS MP**

Gustavo Madeo, Gerente Com.

*"Un motor cartográfico propio ofrece soluciones para cada necesidad, tanto a nivel cartográfico como en nuevas prestaciones"*

(Nro. 61 – May/Jun 2011)

**SYMTRON-COLOMET**

Gabriel Troncoso  
*"Mantener la capacidad competitiva y escuchar siempre al cliente son fundamentales para lograr un crecimiento sustentable"*

(Nro. 70 – Jul/Ago 2012)

**SUNDIAL**

Horacio Franco,  
Product Manager  
*"La diferencia entre las empresas debe marcarla el servicio"*

(Nro. 21 – Nov 2005)

**TARGET IMPORT**

Antonio Alessi, Titular  
*"En el interior del país el mercado evoluciona día a día. Eso fomenta la competencia y la llegada de productos de calidad"*

(Nro. 20 – Sept 2005)

**TECNOALARMA**

Marcelo Casetta, Dto. técnico  
*"La industria nacional desarrolla y fabrica a la medida del argentino. Eso la convierte en competitiva"*

(Nro. 28 – Nov 2006)

**TECNOLOGÍA EN SEGURIDAD**

Fidel Martínez  
*"El distribuidor debe aprender que vender productos de calidad redunda en la jerarquización del mercado"*

(Nro. 27 – Sept 2006)

**TRIMOVE ECO VEHÍCULOS**

Juan Artuso, Gerente  
*"En vehículos eléctricos se optimizan sus cualidades funcionales respetando pautas para el ciudadano del medio ambiente"*

(Nro. 63 – Ago/Sept 2011)

**TRUE DIGITAL SYSTEMS**

Juan Manuel de Rosa,  
Vicepresidente  
*"Ofrecer un abanico de posibilidades en las distintas áreas de la seguridad es acortar el camino hacia el crecimiento"*

(Nro. 52 – Abr/May 2010)

**TELLEXPRESS**

Patricio Quevedo,  
Director General  
*"Como región somos todavía un mercado emergente, lo cual indica un enorme potencial de crecimiento y desarrollo"*

(Nro. 44 – Abr/May 2009)

**TEMPEL GROUP**

Francisco Cámara,  
Area Manager Div. Industrial  
*"Una empresa de carácter internacional tiene ventajas competitivas, ya que puede anticipar los cambios y tendencias del mercado"*

(Nro. 46 – Jul/Ago 2009)

**VIRTUALTEC**

Gustavo Buffoni,  
Director comercial  
*"Trabajamos asistiendo y brindando herramientas para que el cliente desarrolle el producto final"*

(Nro. 63 – Ago/Sept 2011)

**VISIONXIP**

Ezequiel Safdieh, Director  
*"Especializarse en un mercado como el IP, de creciente demanda, posibilitará un gran número de posibilidades y no sólo en el área de la seguridad"*

(Nro. 51 – Feb/Mar 2010)

**VISIÓN ELECTRÓNICA**

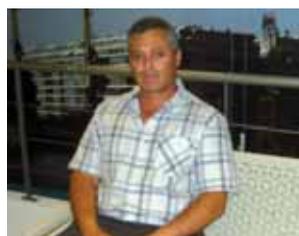
Fernando Pereyra Puente,  
Gerente  
*"La rapidez de respuesta y el servicio de posventa son hoy una prioridad para el cliente"*

(Nro. 45 – May/Jun 2009)

**X28 ALARMAS**

Sergio Caride, Director Com.  
*"Para seguir, debemos detectar las nuevas necesidades que surgen en el mercado, para generar productos que las satisfagan de manera eficiente"*

(Nro. 64 – Oct/Nov 2011)

**X-TEND, CASAS INTELIGENTES**

Andy Radowsky, Director  
*"El potencial de la tecnología inteligente aplicada al confort y al ahorro energético también es aplicable a los sistemas de seguridad"*

(Nro. 53 – May/Jun 2010)