

Una alemana en Colombia

Con más de 50 años en el mercado, SCHAEFER GmbH, una de las empresas líderes alemanas en la fabricación de componentes para el ascensor, está presente en Colombia, donde la empresa ELEVASCENSOR Ltda. es su representante para la ciudad de Bogotá.

Los **Pulsadores e indicadores ópticos, interruptores llave, pantallas y campos luminosos, botoneras de cabina, de llamada y de indicadores ópticos, sistemas Lift Info y sistemas de control de acceso, tecnología CANopen**, de una altísima calidad y excelente diseño ofrecen al mercado una variedad enorme de posibilidades y de combinaciones para sus diferentes necesidades y garantizan un rendimiento y un funcionamiento perfectos que se expresa en su certificación ISO 991: 2008. Toda esta gama de productos la fabrica Schaefer GmbH.

Schaefer, nacida hace 50 años en la ciudad de Sigmaringen, estado federado de Baden-Wurtemberg, tiene hoy 250 empleados en el mundo en sus 6 sucursales, la última inaugurada en la ciudad canadiense de Vancouver. Suministran su material a 120 países. Sus representantes de venta hablan 19 idiomas. Todo lo expresado la ha convertido en una Global Player y líder tecnológico establecido en la cima. La empresa, que considera en primer término las relaciones humanas inter empresarias como el motor de su excelente desarrollo hace hincapié en la cercanía al cliente y la fuerza innovadora como un proceso de pensamiento y actuación vivo y activo.

Consultados sobre su relación comercial con Colombia y otros países de Latinoamérica esto le respondió a Revista del Ascensor Colombia, la Directora de Ventas de Schaefer para Latinoamérica, la alemana Katharina Krauss, una tradicional amiga de Revista del Ascensor, quien habla un perfecto castellano y ha vivido en este continente varios años.

- ¿Colombia es el país más interesante de Latinoamérica para Schaefer?

En este momento los países más importantes son Colombia, Brasil, Chile, Perú y Méjico.

- ¿Piensan seguir nombrando representantes en otros países de la región?

En este momento tenemos representantes en Brasil y Venezuela, y ahora empezaremos con la empresa Elevascensor

Katharina Krauss.

La fábrica en Sigmaringen.





Modernos pulsadores.



Ltda. en Colombia. Para establecer una relación comercial con un representante se necesita mucho tiempo, ya que para tener éxito es imprescindible la confianza mutua entre nosotros y el representante. Debemos encontrar una empresa que nos pueda representar bien, ya que tenemos un muy alto nivel de calidad y servicio. Le elección no se puede apresurar ni improvisar.

- ¿Qué productos se venden mejor en esta parte del mundo?

Sobre todo vendemos nuestros com-

ponentes como pulsadores redondos y displays. Lo que cada vez se venden más son soluciones completas, es decir la botonera completa, con display y precableado. Eso tiene la ventaja de que todo viene de una vez y el cliente recibe un producto que está listo para enchufar.

- ¿Es fácil trabajar con Latinoamérica?

Este es un mercado nuevo para nosotros, pero como ya tenemos mucha experiencia en entrar en nuevos mercados, nos va bien y cada vez tenemos más clientes.

- ¿Qué novedades tiene Schaefer para los instaladores de esta región?

Como dijimos anteriormente ofrecemos no solamente componentes para los ascensores, sino soluciones completas, es decir, fabricamos la botonera completa y, si el cliente lo desea, ofrecemos el servicio de precablear el producto.

- ¿Schaefer trabaja para que sus productos demanden menos consumo de energía?

Desde ya. En Europa hace años que se piensa en el ahorro energético y lograr gasto 0 de energía y ofrecemos esas ventajas a Latinoamérica, que ha comenzado a pensar en la eficiencia energética y el cuidado del medio ambiente.

- ¿Cuántos años hace que trabajás con Latinoamérica? ¿Tu excelente español te ayuda a conectarte mejor con el sector?

Ya llevamos 4 años trabajando en La-

Botonera completa.



tinoamérica y cada vez conocen más nuestros productos. Mi conocimiento del idioma español me ayuda mucho en mi trabajo diario, pero lo que más ayuda todavía es conocer la cultura latinoamericana, ya que es bastante diferente a la de Europa. Yo en Latinoamérica me siento en casa y eso me ayuda mucho a conectar con los clientes. ■