

Porterito sabe de porteros

Porterito, como marca, nació en octubre de 1966, de la mano de su creador Bernardo Sztark, quien ya fabricaba y distribuía porteros eléctricos desde el año 1962 en sus talleres de la marca Gasber, en las calles Sáenz Peña e Independencia. Luego, la empresa se mudó a la calle Ayacucho, en Olivos, provincia de Buenos Aires, y ahí es donde nació Porterito, para más tarde, ya en 1968, recaer en la calle Bolivia, cuando sumó a la fabricación y distribución el servicio de instalación.

Poco tiempo después, ya en 1971, Porterito se instaló sobre la avenida Álvarez Thomas, desde donde atendió hasta el año 2011, para finalmente mudarse a su domicilio actual: Av. Álvarez Thomas 1843.

Desde su nacimiento, Porterito tuvo como objetivo buscar la excelencia de sus productos, modernizarlos y adecuarlos al mercado interno argentino. A la fabricación artesanal de sus comienzos fue reemplazándola por la fabricación seriada, también se incorporaron matrices para partes metálicas y para inyección plástica. Se sumó tecnología electrónica con desarrollos superadores y siempre marcando la tendencia del mercado del portero eléctrico. Sus productos fueron creciendo en calidad y cantidad, la variedad se fue ampliando hasta contar hoy con toda la línea completa de porteros eléctricos y videoporteros para viviendas unifamiliares y edificios.

Actualmente, Porterito divide sus productos: por un lado, los fabricados en Argentina, que co-

Bernardo Sztark
Porterito
www.porterito.com.ar



responden a toda su línea de porteros eléctricos de audio, y por otro lado, los importados, que comprenden a los videoporteros y los porteros de audio de conexión a dos cables. Todos ellos cuentan con la misma rigurosidad de controles de calidad, cumplen con todas las normas de seguridad y tienen la garantía escrita que avala su buen funcionamiento y servicio posventa.

Porterito fabrica, importa y distribuye sus productos a lo largo y a lo ancho de toda la Repúbli-





ca Argentina. Llega al consumidor final a través de distribuidores que los compran y los ofrecen, generalmente comercios de materiales eléctricos o telefonía. Todos esos canales comerciales cuentan tanto con los productos terminados como con sus repuestos y accesorios.

La empresa y la marca Porterito tienen un posicionamiento importante dentro del mercado nacional. Tiene representación en prácticamente todas las provincias del país, que incluyen a más de 120 localidades. A todas ellas se llega a través de transporte terrestre de manera rápida y eficaz, por lo que logra trasladar su propio stock de materiales a cualquiera de sus distribuidores como para cumplir con los requisitos de cada uno de ellos.

Permanentemente, la firma trabaja para contar con los últimos avances en tecnología relacionada a las comunicaciones. Porterito mejora sus desarrollos en virtud de estar a la altura de las necesidades de sus clientes y de las novedades a nivel mundial. Para ello, no solo trabaja junto a ingenieros electrónicos y de diseño sino que, además, miembros de la empresa visitan y supervisan las fábricas que producen al-

gunos de sus productos tanto en Hong Kong como en China continental.



Los objetivos a corto plazo de la empresa son los de mantener y mejorar sus productos y distribuidores para así llegar más y mejor a cubrir las necesidades del consumidor final. A mediano plazo, busca incrementar la cantidad y variedad de productos manteniendo la calidad, la atención y el servicio posventa característico de la empresa.

Porterito, una empresa familiar próxima a cumplir sus primeros cincuenta años de vida, que nació con la idea de instalarse en el mercado nacional del portero eléctrico, que pasó por etapas de crecimiento y por otras adversas, propias de las inestabilidades del país; aun así, se mantiene en constante crecimiento y evoluciona de acuerdo a lo que el mercado exige pero sin perder su esencia: el valor por la familia, el servicio, el compromiso... Eso es Porterito. ■

