

Cybermapa

Entrevista a Damián Menke, Presidente y Director Comercial

Cybermapa es una empresa de desarrollo de software fundada en junio del 2000, especializada en el desarrollo de sistemas de información geográfica con el foco puesto en aportar soluciones a grandes, medianas y pequeñas empresas. De la empresa y su nuevo desarrollo, hablamos con uno de sus fundadores.

“Cybermapa está en el mercado desde hace doce años. Nació como una empresa de software enfocada en soluciones muy específicas relacionadas con mapas digitales. Encontramos un mercado ávido de estas soluciones y fuimos incursionando en el desarrollo de un sistema de seguridad, de seguimiento satelital de vehículos. También tenemos otros productos apuntados a soluciones para el armado y optimización de hojas de ruta y soluciones de geomarketing para proveer análisis de una base de datos sobre un mapa digital”, explica Damián Menke, Presidente y cofundador de Cybermapa acerca de los orígenes de la compañía.

- ¿Cuál fue la plataforma con la que se iniciaron en el mercado?

- SecureWay fue la primera solución de seguimiento satelital, desarrollado en 2001, con la que comenzamos nuestro camino en el mercado de la seguridad. Esa plataforma la comercializamos hasta 2006, cuando lanzamos SecureWay Enterprise, solución que mantuvimos hasta 2011, año en que presentamos Cybermapa Street, una plataforma que reemplaza toda nuestra línea de productos hacia atrás y que tiene una particularidad: propone las bases de una nueva plataforma de seguimiento satelital, que irá sumando nuevas funciones y prestaciones, con tecnología más moderna y sistemas más amigables con el usuario final.

- ¿Cuál es su principal mercado?

- Inicialmente se contactaron con nosotros empresas de seguridad, que estaban necesitando soluciones para el mercado de seguimiento satelital, con el fin de brindar servicios a las empresas de transporte. En 2005, comenzaron a surgir necesidades de las gerencias logísticas de las empresas, motivo por el cual desarrollamos SecureWay Pro, una solución pensada



“Las necesidades de los mercados también marcan pautas. Chile, por ejemplo, siempre enfocó sus soluciones de seguimiento satelital en la logística. Hoy, por cambios sociales, requiere también de aplicaciones de seguridad para el tránsito de sus mercaderías”

para el cliente final. En 2010, comienza a surgir en el mercado la figura del dador de carga y el gerenciador de riesgo, que necesita controlar donde está la mercadería, más que un vehículo en sí mismo. Este dador de carga contrata transportistas que, en general, utilizan distintos equipos de seguimiento satelital de diferentes prestadores. Así, se encuentran con que tienen que controlar camiones con entre cinco y diez sistemas abiertos, porque cada empresa tiene su propio sistema. Lo que necesitan es unificar la información, que todos los satelitales le reenvíen los datos de posición del vehículo que trabaja para ellos en el momento en que trabaja para ellos y que un solo software concentre la información. Ese es uno de los mercados para los cuales trabajamos.

- ¿Cuáles son los canales de venta de la empresa?

- Comercializamos nuestras soluciones, tanto en el país como en el resto de los mercados en los que estamos presentes. No tenemos agentes de venta o una red comercial que represente nuestro producto. Son ventas muy técnicas y nos gusta establecer un vínculo muy estrecho con nuestros clientes. Trabajamos muy en contacto con todas las empresas que fabrican posicionadores

satelitales en el país y con los instaladores de estos sistemas. También somos quienes implementamos nuestras soluciones y damos la capacitación correspondiente.

- ¿Pueden hacer soluciones a medida o solo se trata de un paquete estándar?

- Con nuestros productos anteriores era muy difícil lograr una solución a medida o agregar funciones a medida pedidas por los clientes. Era una debilidad que tenía nuestra solución anterior. Con Cybermapa Street, nuestra nueva plataforma, sí podemos hacerlo, lo cual nos permite repositionarnos como empresa líder en este tipo de soluciones. Cybermapa tuvo una época de liderazgo absoluto en el mercado del software de seguimiento satelital. Ahora hay más competencia y para ello salimos al mercado con un producto muy potente y competitivo. Hubo un tiempo en que los clientes nos pedían nuevas funcionalidades y una actualización de nuestra solución. Ahora cuando ven la nueva plataforma quedan muy contentos y ven sus necesidades ampliamente cubiertas.

- ¿Cuál consideran que es la principal variable en la evolución tecnológica?

- La innovación, sin lugar a dudas. La evolución de la tecnología es constante. A la par que evoluciona el hardware evoluciona el software. Pero hay que tener en cuenta que todos los desarrolladores de tecnología tenemos nuestros traspies y no siempre un avance tecnológico significa un producto exitoso. La clave está en saber reconocer que ese producto, aunque reúna los últimos adelantos, es un producto fallido para el mercado y hay que trabajar para subsanarlo, hasta que al mercado le resulte útil. Otra variable en la evolución la marcan las necesidades del mercado. ■