

# Bykom

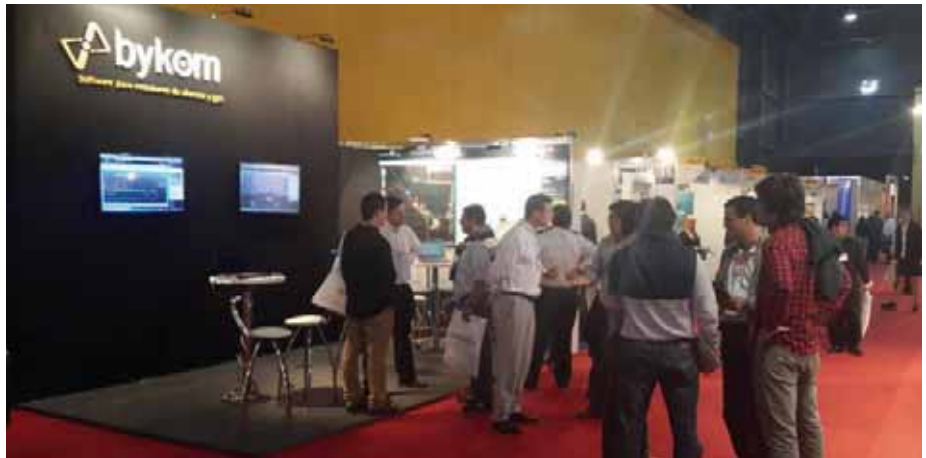
Intersec Buenos Aires 2014

*Bykom Tracker fue la estrella del stand de la compañía. El módulo fue diseñado para potenciar el crecimiento de las empresas de monitoreo, a las que le permite brindar un servicio diferencial. Diego Cacciolato nos cuenta sobre las ventajas del Tracker.*

“ A nuestros clientes, que son las estaciones de monitoreo, les estamos presentando el Bykom Tracker, una solución que le permite al usuario final hacer de su teléfono móvil basado en sistema operativo Android, un dispositivo localizador de personas”, explicó Diego Cacciolato, gerente comercial de la compañía, acerca de las novedades de Bykom en Intersec.

El Bykom Tracker es una solución móvil que permite transformar un smartphone en un dispositivo localizador de personas, con las siguientes funcionalidades avanzadas:

- Generación de posición.
- Alertas de pánico, emergencia médica y fuego.
- Acceso domiciliario seguro.
- Servicios parametrizables.
- Fotoverificación desde un smartphone, utilizable, por ejemplo, para servicios técnicos, visitas programadas, reparaciones, control de rondas y supervisión de vendedores.
- Logística con reglas configurables, como rutas, geocercas/polígonos, puntos seguros, control de aperturas de puerta y vinculación entre móviles.



“El Tracker es un producto que le permite a la empresa de monitoreo sumar valor agregado al ofrecer un servicio diferencial. Por ejemplo, se le puede poner a un servicio de alarma con videoverificación y ofrecer, a través de este módulo, las distintas posibilidades que éste contiene”, comentó Cacciolato. En cuanto al segmento en el que se enfoca este producto, explicó que la “empresa no tiene segmentado el mercado por clases sociales, sino por regiones. En Argentina, por ejemplo, la tasa de usuarios que utilizan este tipo de

aplicaciones es de un millón de personas, lo cual, en principio no parece un escenario muy favorable”.

“Las estrategias para llegar al usuario final de este producto las plantean, directamente, las estaciones de monitoreo. Uno de nuestros clientes, por ejemplo, ofrece con el abono básico un servicio del Tracker gratis al jefe de familia durante un tiempo determinado, cobrándole un abono cada vez que esa persona quiera sumar al sistema a un integrante de su familia. Es una estrategia válida y que está dando resultados. No puede decirse que la tasa de crecimiento en el uso de este tipo de sistemas sea explosiva, pero la curva va creciendo. Y teniendo en cuenta el universo de potenciales usuarios, está bien que así suceda”, describió el directivo acerca de las expectativas y el uso de servicios como los que propone el Tracker en nuestro mercado.

El sistema fue pensado basado en el universo de potenciales clientes: “Cuando pensamos en desarrollar el producto, pensamos la inversión teniendo en cuenta un horizonte temporario y el período de recupero. Falta generar cultura para que el cliente final esté dispuesto a pagar por una aplicación de este tipo, ya que esto es algo que hoy, en nuestro mercado, no sucede”, concluyó Cacciolato. ■

