

# Una nueva oportunidad de negocios

La tecnología como motor de crecimiento

*La expansión en el rubro de alarmas se logrará con sistemas conectados a la nube. Esto conlleva nuevas formas de vender, obligando a las empresas a profesionalizarse y analizar datos que permiten ver más allá del día a día.*



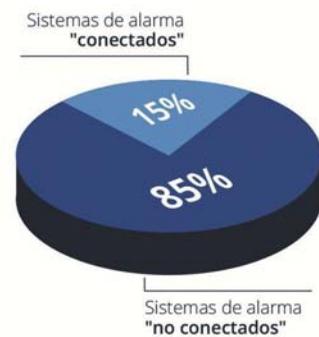
**Lic. Diego Madeo**  
Gerente comercial &  
MKT Latinoamérica Alonso Hnos.  
diego.madeo@alonsohnos.com

Cuando hablamos de seguridad electrónica y los segmentos que la conforman, decimos que Latinoamérica es una región en plena expansión. Por lo menos durante los últimos diez años, el negocio se ha desarrollado con normalidad y sin grandes índices de crecimiento, salvo en circuito de cerrado de televisión, que ha entendido las necesidades del cliente y su posterior expansión, desarrollando productos fáciles de instalar y con grandes ventajas y beneficios cuando se utiliza la nube como medio de conexión hacia el usuario.

Sin embargo, en alarmas eso no sucedió. Recién a inicios de esta década, comienza a vislumbrarse la conectividad IP para paneles de alarmas, una tecnología que demoró en imponerse por parte de las empresas de monitoreo pero que hoy está en plena expansión.

Según datos de las principales consultoras del mundo, el 85 % de los sistemas de alarma instalados en el continente americano no son "conectados", es decir que si bien tienen un servicio de monitoreo de alarmas, dichos sistemas no están habilitados para usar las tecnologías como servicio en la nube, aplicaciones móviles o el uso de datos masivos que requieren los nuevos servicios. Esto significa que el negocio permanece en un estado "tradicional" donde las viejas tecnologías predominan, ya que las empresas desdennan la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías y no salen a ofrecer al cliente final valores más allá de un producto simple.

Traducir ese 85 % mencionado anteriormente de alarmas instaladas "no conectadas" en una oportunidad de negocio, es enfocarse en un nuevo segmento que tendremos que trabajar y propiciar, creando estrategias comerciales que nos permitan abordar al cliente llevándolo de la vieja tecnología a la nueva. De esta manera, el reto para las empresas de monitoreo será dejar atrás los sistemas tradicionales para volver a ser compe-



titivos con nuevas tecnologías, como las que Alonso Alarmas puede ofrecer en sus equipos.

Existe un mercado inmenso de clientes esperando el cambio de tecnología, clientes que no quieren quedar desactualizados y desean disfrutar de lo que este nuevo esquema de comunicaciones ofrece.

El desarrollo tecnológico debe ser una cultura arraigada. Si nos dedicamos a ofrecer seguridad electrónica, debemos construir entre todos una cultura de innovación continua. El precio no define el negocio. ■