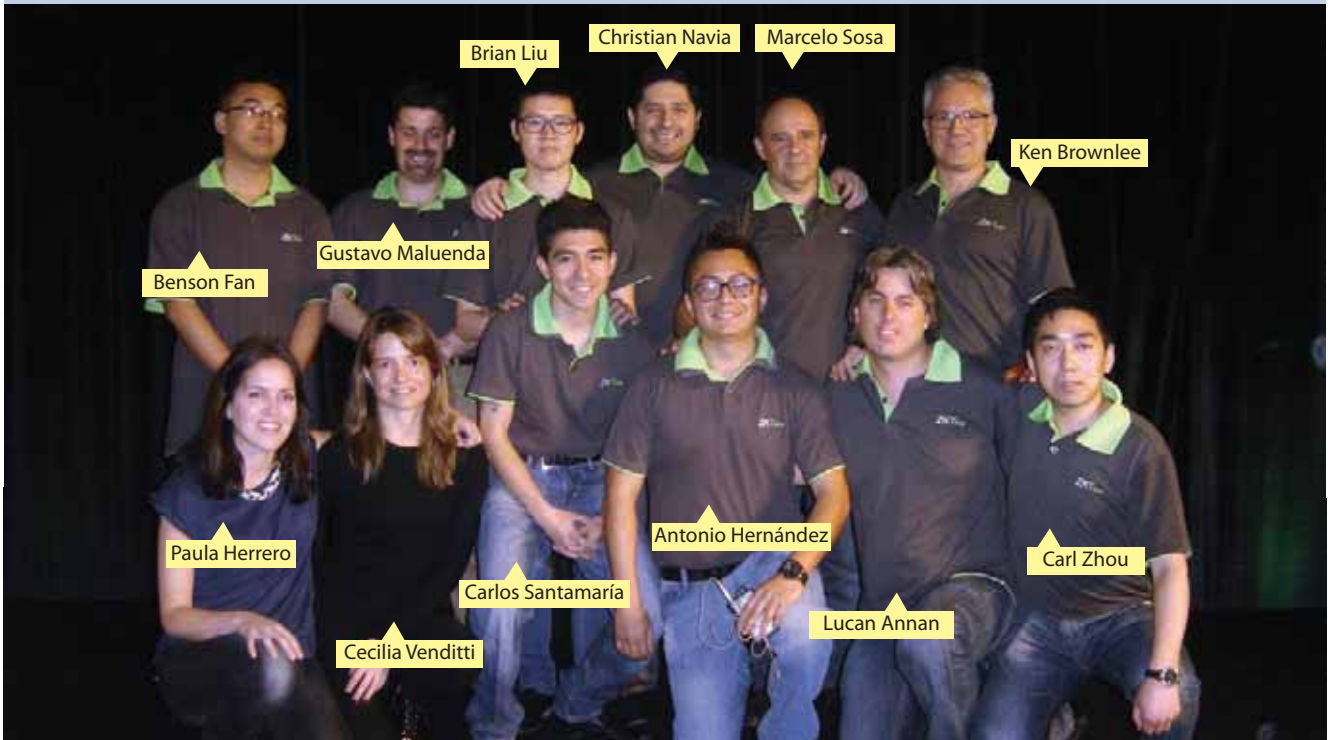


# ZKTeco Innovation Day

Evento de capacitación

Por primera vez en Argentina y con gran convocatoria, ZKTeco llevó a cabo un seminario de presentación y capacitación en nuevas tecnologías. Estuvieron presentes representantes regionales de la marca y autoridades nacionales.



Por primera vez en nuestro país y en Latinoamérica, ZKTeco llevó a cabo la jornada denominada *Innovation Day*, la cual consistió en la presentación de nuevos productos y tecnologías. Durante el evento, que contó con la presencia de doscientos profesionales de todo el país, los disertantes detallaron las novedades en productos, el nuevo departamento de desarrollo y las metodologías del soporte técnico; se presentaron casos de éxito y las nuevas estrategias aplicadas al marketing con las que potenciarán su presencia en el mercado latinoamericano.

Entre los disertantes estuvieron presentes Christian Navia, Gerente de proyecto para Argentina; Carlos Santamaría, Gerente de marketing para Latam; Paula Herrero, Gerente de marketing y ventas para Argentina; Gustavo Maluenda Molina, Consultor; Antonio Hernández, Gerente técnico para Latinoamérica; Ken Brownlee, CEO de SilkID;

Marcelo Sosa; CEO de ZKTeco Argentina, y Brian Liu, CEO de ZKTeco México.

La apertura del *Innovation Day* estuvo a cargo del CEO de Argentina, Marcelo Sosa, quien luego de un video institucional dio la bienvenida a los asistentes y presentó formalmente la agenda del evento. "El objetivo del *Innovation Day* es presentar los nuevos productos y tecnologías que estamos desarrollando desde hace un tiempo, como Silk-ID, un sensor de huellas digitales de dedo vivo; aplicable a la mayoría de nuestros equipos a costos muy accesibles", explicó Sosa a Negocios de Seguridad, una vez finalizado el evento. "Se trata de un lector óptico con un desarrollo específico: a partir de ciertos ángulos internos y de reflexión de imágenes es capaz de detectar si la huella presentada en el lector se trata de una huella viva. Fue desarrollado por el Ing. Ken Brownlee a partir de una iniciativa de ZKTeco", concluyó.

Tras la apertura, Brian Liu, CEO de ZKTeco México, presentó brevemente la compañía, poniendo énfasis en el presente y futuro global de ZKTeco a partir de cada una de sus divisiones: ZKSoftware, para control de tiempo y asistencia; ZKAccess, para control de accesos; ZKVision, la división CCTV; ZKAfi y ZKBiolock, que tiene productos como, por ejemplo, una cerradura biométrica con reconocimiento facial.

Luego fue el turno de Antonio Hernández, Gerente técnico de Latinoamérica, quien se refirió a los productos y soluciones globales de la marca. Finalizada su charla, dialogamos con él: "Es la primera vez el *Innovation Day* se hace en Argentina, aunque ya se realizó con éxito, por ejemplo, en Tailandia, Filipinas y Vietnam, y la idea es llevarlo a México, Colombia y Estados Unidos, entre otros. Nuestra presencia estaba marcada por las ferias y exposiciones, pero este evento es diferente, ya que

nos permite estar en contacto directo con nuestros clientes”.

– ¿Cuál es la actualidad de la compañía?

– ZKTeco se ha hecho profesional en videovigilancia creando su propia línea de NVR, cámaras analógicas e IP y nos hemos puesto a la vanguardia en tecnología de CCTV, en la misma línea que otras empresas importantes del sector. En lo que se refiere a control de accesos, estamos con líneas de productos tanto para control de accesos peatonal como vehicular, para lo cual tenemos en Latinoamérica 16 modelos diferentes de molinetes y barreras con lectores de largo alcance.

– ¿Qué ventajas competitivas ofrecen en control de accesos?

– La mayor ventaja de ZKTeco es que siempre estamos abiertos a la integración con productos de otras marcas, siempre que estas marcas manejen un protocolo de comunicación Wiegand. Si un edificio ya tiene un sistema de control vehicular, por ejemplo, nosotros, a través de ese protocolo, podemos integrar un panel u otros dispositivos que complementen o amplíen el sistema existente. Nuestra línea de cerraduras abarca distintos mercados: tenemos modelos para residencias, para edificios de oficinas y para hoteles, donde, además, estamos ofreciendo no sólo la cerradura sino también un software de administración, lo cual constituye una solución integral para el sector.

– ¿Qué características tiene este software?

– Entre otras, ofrece módulos funcionales como la administración de artículos de consumo del restaurante. Por ejemplo, si un cliente del hotel va al bar del hotel, se carga ese consumo en el software y cuando la persona hace el check-out, automáticamente tendremos el costo total de todo lo que consumió esa persona más los días de estadía.

– ¿Cuál es el mayor potencial de ZKTeco en el mercado?

– Sin dudas el fuerte de ZK es la línea de productos para tiempo y asistencia, enfocada como una herramienta de recursos humanos para empresas. Hoy, ZK tiene el 70% del mercado latinoamericano del sector y estamos desarrollando una solución para el hardware, creando nuestro propio software que reporte no sólo las incidencias en el personal sino que también sea capaz de gestionar con precisión el pago de



Ken Brownlee



Antonio Hernández

haberes. Además, estamos ofreciendo una solución cloud: por ejemplo, si un equipo de ZK se conecta a un módem, el cliente podrá ver toda la actividad de sus dispositivos ingresando desde la página de ZK.

– ¿Cuál es la oferta en molinetes y barreras?

– La línea de molinetes de ZK ofrece la misma funcionalidad que la de otros fabricantes del mercado; lo que nos diferencia es que le agregamos la integración con terceros. Hay muchas empresas que ofrecen control peatonal o vehicular pero ZK es la única que ofrece integración con otras marcas, lo cual es un diferencial competitivo muy importante. Esa ventaja fue fundamental para comenzar a crecer en el mercado. En cuanto a costos, también somos altamente competitivos: ofrecemos soluciones completas a precios más que accesibles.

– ¿Qué mercados apuntan a potenciar?

– Hoy estamos enfocados en dos puntos: primero en avanzar en el control de acceso vehicular, básicamente a través de dispositivos que incluyen lectoras de largo alcance. El segundo punto es en la información al cliente: estamos trabajando con todos nuestros distribuidores para proporcionarles la capacitación necesaria para que trasladen

al cliente final de manera efectiva todas las ventajas que nuestras soluciones pueden ofrecerles. La idea es mantener una cadena de comercialización estricta, sin tener contacto directo con nuestro cliente final, que es el instalador. Nuestro modo de comunicación será institucional.

**NUEVOS DESARROLLOS**

Christian Navia, Gerente de proyecto de Argentina, fue el encargado del segmento Investigación y Desarrollo. Su exposición dio cuenta del trabajo que está llevando a cabo ZKTeco a nivel global y, en particular, en nuestro país, que tendrá como misión brindar soporte y desarrollar nuevas opciones para nuestro mercado. “Estamos montando un centro de desarrollo y soporte en Argentina, que se replicará en México y Seattle (Estados Unidos), con la intención de que los distribuidores tengan un soporte inmediato sin necesidad de esperar para recibir una respuesta”, explicó Navia.

Tras el receso, Carlos Santamaría fue el encargado de ofrecer un panorama acerca de las acciones y estrategias de marketing que llevará adelante ZKTeco en Latinoamérica. Esto nos decía:

– ¿En qué basan su estrategia para la región?

– Estamos trabajando para el cliente final, impulsando el mercado a través

de ellos. Queremos crear nuestra propia demanda, para lo que tenemos que tener una muy buena oferta. La idea es estar presente en el cliente a través de todas las nuevas plataformas comunicacionales de las que disponemos, plataformas con las cuales el cliente puede interactuar y generar un ida y vuelta positivo con la compañía. A través de estas acciones queremos mostrar lo que tenemos, darle a conocer al usuario nuestras soluciones y que sepa que estamos trabajando para mejorar nuestra tecnología y la forma de comunicarla.

– ¿Sobre qué mercados van a trabajar?

– Estamos enfocados en ocho mercados verticales diferentes, para lo cual tenemos canales específicos y modos de comunicación específicos en español, con la finalidad de llegar de manera directa y clara a nuestros clientes y captar nuevos mercados a través de diferentes herramientas de marketing. Tenemos que llegar con comunicación y publicidad unificada para que nuestros clientes puedan hacer uso también de la marca y potencien su propio negocio. Las capacitaciones también están orientadas al mismo objetivo: unificar el mensaje para que lo que queremos comunicar llegue de manera directa. De todas maneras, estamos atentos a las necesidades de cada uno de los mercados de Latinoamérica, viendo dónde se necesita cambiar el eje y buscando soluciones específicas en la comunicación.

En esa misma dirección se orientó Paula Herrero, presentando las herramientas y estrategias de marketing diseñadas para Argentina. “Creemos que en un mensaje claro y unificado está la clave para llegar de manera precisa al cliente, apoyándolos en sus necesidades y ayudándolos con las herramientas de las que disponemos para que puedan proyectar su propia empresa como un partícipe activo de nuestra compañía”.

Gustavo Maluenda Molina, integrador de ZKTeco en Chile, fue el encargado de ofrecer a los asistentes un panorama de aplicación de los productos a través de distintos casos de éxito en su país. Luego, nuevamente Antonio Hernández tomó la palabra para ofrecer un breve panorama acerca de los sistemas de control de accesos.

Tras una ronda de preguntas por parte de los asistentes, respondidas por las distintas autoridades presentes, Marcelo Sosa tuvo a cargo el cierre del evento, agradeciendo a todos por la presencia.



#### SILK-ID

La gran novedad del evento fue, sin dudas, la tecnología de “huella viva” del sensor Silk-ID. Para conocer acerca de los productos que incluyen este sensor y sus fundamentos, hablamos con Ken Brownlee, CEO de Silk-ID.

– ¿Cuándo comenzó a desarrollarse la tecnología?

– Comenzamos con el desarrollo hace casi dos años, aunque llevo más de 16 años trabajando en la industria, desarrollando sensores para distintas compañías. La idea era lograr un lector de huella dactilar con el mejor desempeño posible, con una excelente calidad de lectura y también con una fuerte capacidad de rechazar las huellas falsas, para evitar el hackeo de los sistemas. Por otra parte, había que lograr que el sensor fuera fácil de integrar con los productos que ya tuviera el cliente, y a un bajo costo.

– ¿Silk-ID es un elemento único o se trata de una línea de productos?

– El sensor Silk-ID puede ser integrado con otros productos y está pensado, además, como el corazón de una línea de productos. Estamos pensando en muchas variantes para el futuro, como productos wireless, de mayor tamaño y mayor capacidad de transacciones y, un poco más adelante, que incorporen otro tipo de tecnologías biométricas.

– ¿En qué proyectos puede ser utilizado?

– La idea es que sea una familia de productos con la mayor versatilidad posible, que sea aplicable tanto en un entorno corporativo como en el mercado residencial. Y una vez que logremos las certificaciones, también serán aplicables en estructuras gubernamentales.

– ¿Qué expectativas de crecimiento tienen con estos productos?

– Creo que el mercado está listo para asimilar de manera muy rápida esta tecnología y la necesidad de dispositivos confiables es un requisito cada vez más imperioso. Empresas como Microsoft, por ejemplo, ya están trabajando en productos con identificación por huella. Sin dudas, Silk-ID y ZKTeco conforman una combinación capaz de lograr un gran crecimiento.

– ¿Qué necesidad detectan en el mercado latinoamericano?

– Es un mercado muy bueno para todos los productos biométricos. Adoptar aplicaciones de identificación de huellas digital en el ámbito gubernamental, por ejemplo, es mucho más rápido en América Latina que en otras partes del mundo. Para ello es clave tener buenas asociaciones con los desarrolladores del mercado para lograr ese crecimiento. Creemos estar en muy buena posición para lograrlo. ■