

La startup fue concebida como una idea en noviembre de 2009 cuando Mauricio y su hermano, Jorge Navarro, detectaron la oportunidad de automatizar el proceso de detección de tráfico peatonal.

Crédito: Carlos Figueroa

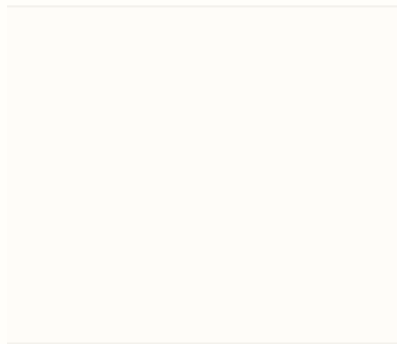
## Salen ganones con WiFi

Axel Romero

Cd. de México (26 julio 2019).-

00:00 hrs

El mundo tendrá más de 17.2 millones de puntos de acceso gratuito a WiFi para 2022 repartidos entre cafés, aeropuertos, hoteles y centros comerciales, de acuerdo con datos de Cisco. Y para una startup regiomontana, que las empresas ofrezcan WiFi gratis a sus clientes es la puerta para que refuercen sus ventas y conecten con sus preferencias.



Pogen, que tiene 26 empleados repartidos en sus oficinas en Monterrey y Ciudad de México, atiende necesidades en todo el País y su servicio comienza no con el WiFi, sino con el conteo de personas que entran a establecimientos, por medio de sensores térmicos que tienen una tasa de 95 por ciento de efectividad.

La startup fue concebida como una idea en noviembre de 2009 cuando Mauricio y su hermano, Jorge Navarro, detectaron la oportunidad de automatizar el proceso de detección de tráfico peatonal para proporcionar información útil a los desarrolladores de centros comerciales y las tiendas que se alojan en su interior y así impulsar sus ventas.

"Los centros comerciales tienen cuatro o cinco entradas y nuestro servicio detecta cuáles son las que más tráfico generan y también cuáles son las menos visitadas", explica Navarro.

"Entonces nuestros clientes colocan actividades como áreas de juegos para niños, para atraer a la gente a las zonas menos activas. Y en el caso de tiendas departamentales, pueden hacer ajustes en el acomodo de sus productos para generar mayores compras de sus clientes".

Al seguir el flujo de las personas, Pogen hace mapas de calor para hacer estimar las zonas con mayor afluencia, pero es a través del registro para acceder al WiFi cuando finalmente obtiene datos más específicos del tipo de público que visitan los establecimientos de sus clientes.

El género, rango de edad, correo electrónico, o incluso el perfil de Facebook de los usuarios de la red son proporcionados a los clientes de Pogen para crear un perfil de consumidor. Navarro afirma que la información está encriptada.

El servicio de conteo de personas y la conectividad de WiFi permiten a la empresa mexicana índices de comportamiento de los usuarios y al cruzar esa información con el punto de venta, pueden calcular su tasa de conversión: cuántas ventas se concretaron durante las visitas de los clientes a sus establecimientos.

Con la implementación de nuevas tecnologías como Machine Learning, Inteligencia Artificial y respaldo en la Nube, Pogen espera que sus clientes impulsen sus ventas y que incrementen su tasa de conversión.

"Recomendamos mucho a los clientes usar esa información para conocer mejor al usuario, saber qué necesidades tiene y cómo pueden satisfacer sus necesidades", concluyó el director de Pogen.

### CONTENIDO RELACIONADO

[El 'Metroidvania' mexicano](#)

[Agendan tu próximo tatuaje](#)

[Startupeando: Hermandad gamer mexicana](#)

[Startupeando: Granta](#)

[Startupeando: Reviven la foto impresa](#)

