



BySalomon

Objetivo de la empresa, foco comercial y público objetivo

BySalomon nace como una marca orientada a la seguridad digital práctica, al resguardo inteligente de documentos y a la protección de información de alto valor operativo. Su primer frente comercial es Codificador: una solución pensada para transformar, encapsular y proteger archivos sensibles con una experiencia simple, profesional y confiable.

Definición síntesis

Empresa uruguaya de tecnología aplicada a la seguridad documental, codificación y protección de información sensible, orientada inicialmente a organizaciones que necesitan control, resguardo y confianza.

1. Objetivo general de la empresa

Construir una empresa confiable, escalable y comercialmente sólida alrededor de soluciones de seguridad documental y protección de información, comenzando por un producto práctico y diferenciador que permita a personas y organizaciones codificar, resguardar y administrar archivos sensibles con una lógica de uso simple y valor institucional claro.

2. Objetivos específicos de la primera etapa

- Consolidar el producto Codificador como prueba de valor visible y utilizable.
- Posicionar a BySalomon como marca madre seria, sobria y técnicamente confiable.
- Iniciar la captación comercial en Uruguay con foco en organizaciones que manejan documentación delicada.

- Ofrecer una modalidad de entrada simple: registro, prueba controlada y planes recurrentes.
- Preparar el terreno para alianzas, convenios y eventualmente inversión estratégica.
- Desarrollar una base documental y visual apta para presentaciones, propuestas y registro de marca.

3. Mercado inicial y sectores objetivo

La entrada recomendada no es “ciberseguridad general”, sino seguridad documental aplicada, porque permite vender un beneficio concreto: protección, resguardo y control de archivos importantes.

Sector objetivo	Dolor principal	Valor percibido	Prioridad
Estudios jurídicos	Expedientes, contratos y evidencia sensible	Confidencialidad y orden documental	Alta
Estudios contables	Resguardo de documentación fiscal y respaldos	Protección operativa y trazabilidad	Alta
Mutualistas y clínicas	Información asistencial y archivos internos	Seguridad, control y confianza	Alta
Laboratorios y servicios de salud	Datos técnicos y documentación reservada	Blindaje documental práctico	Media alta
Inmobiliarias y administradores	Contratos, archivos de clientes y respaldo	Resguardo simple con valor comercial	Media
Empresas administrativas	Procesos internos y archivos críticos	Control y reducción de riesgo	Media

4. Público objetivo

Público principal

- Decisores de 35 a 65 años: dueños, gerentes generales, directores administrativos o responsables de procesos.

- Organizaciones que sienten que su documentación vale, pero no siempre tienen un sistema claro para protegerla o encapsularla.
- Clientes que compran confianza, continuidad operativa y orden; no solamente tecnología.

Público secundario

- Profesionales independientes que necesitan enviar o almacenar documentación sensible con una capa adicional de resguardo.
- Pequeñas y medianas empresas que no pueden pagar suites complejas, pero sí valoran una solución clara y controlada.
- Actores institucionales interesados en convenios, adopción piloto o uso recurrente por volumen.

5. Propuesta de valor

Protección útil

No vender miedo abstracto, sino una herramienta concreta para resguardar documentos importantes.

Simplicidad de uso

Una experiencia entendible para usuarios no técnicos, con foco en operar y resolver.

Valor institucional

Marca sobria, confianza comercial y materiales listos para negociación con organizaciones.

Escalabilidad comercial

Modelo apto para free controlado, suscripción mensual, convenios y paquetes corporativos.

6. Línea comercial recomendada

BySalomon debe presentarse inicialmente como una empresa de seguridad documental y resguardo digital práctico. El mensaje comercial central no debería ser “hacemos ciberseguridad”, sino “protegemos información importante de forma simple, seria y útil”. Esa formulación es más concreta, más vendible y más fácil de explicar frente a decisores no técnicos.

“Protegemos documentos, procesos e información sensible con tecnología clara, sobria y confiable.”

7. Modelo comercial inicial sugerido

- Prueba de entrada controlada por usuario registrado, con cantidad limitada de operaciones.
- Plan mensual para continuidad, mayor capacidad y retención ampliada.
- Planes corporativos o convenios por volumen, con foco en instituciones y organizaciones.
- Opción de donación o apoyo a línea de investigación aplicada, cuando la narrativa institucional lo permita.

8. Criterio de posicionamiento

La marca debe transmitir tres ideas al mismo tiempo: que protege, que ordena y que vale. El foco visual y comercial debe ser institucional, no agresivo; confiable, no críptico; y profesional, no improvisado. Esa coherencia entre producto, marca y discurso comercial es la que permitirá vender mejor, negociar mejor y abrir puertas a futuras alianzas o inversión.

9. Cierre ejecutivo

BySalomon tiene condiciones para posicionarse como una empresa especializada en seguridad documental y protección de información sensible en Uruguay. Su ventaja inicial no está en competir como proveedor genérico de ciberseguridad, sino en ofrecer una solución concreta, comprensible y comercializable alrededor de un problema real: cómo resguardar archivos importantes con seriedad, control y valor percibido. El camino recomendado es construir marca, proteger la identidad, mostrar el producto en modo reservado y salir a buscar validación comercial con organizaciones donde el dolor documental ya existe.