



¿Quién venderá productos para el hogar digital?

El número que aquí les presentamos recoge un tema del que se viene hablando desde hace 20 años pero que no acaba de arrancar: la domótica. Un reportaje, un artículo de opinión y este editorial, analizan el asunto desde distintas ópticas. La domótica propiamente dicha se incorporará a las viviendas del futuro, según parece, cuando la construcción necesite dotar de valores añadidos su oferta si quiere comerse un rosco. Por otro lado, la búsqueda de la automatización y de las sinergias entre los diversos aparatos del mercado propiciada por la digitalización, ha traído consigo la aparición de toda una serie de propuestas domésticas para el advenimiento del llamado hogar digital. Pero ¿hacia dónde nos lleva este proceso? En una palabra, ¿quién venderá productos para el hogar digital?

Sin duda irán apareciendo electrodomésticos capaces de integrarse a los sistemas domóticos del futuro y, por otro lado, en entretenimiento digital, los fabricantes de línea marrón proponen numerosas soluciones para centralizar contenidos de ocio. Existe, sin embargo, un número creciente de empresas de tradición informática que se han lanzado a comercializar interesantes productos y servicios para el hogar digital y que sobre la base principal de las comunicaciones *wifi* construyen una amplia oferta de las áreas de entretenimiento, telefonía y seguridad, pero que, además, no tienen ningún problema en ponerse a fabricar reproductores de DVD, o lo que se les ponga por delante; y lo distribuirán a través de su canal natural: el establecimiento de informática. ¿Cómo cambiar el rumbo que está tomando el asunto? Sólo hay un modo: abrazar la fusión informático-electro con todas las consecuencias. Llevamos 10 años hablando de convergencia tecnológica, pero la informática sigue abandonada en la tienda de electrónica de consumo. Recordemos que hoy, los argumentos para la venta van más allá del enumerado de las características técnicas de los productos, extendiéndose a sus aplicaciones prácticas, su conectividad, sus potencialidades en el uso y sus posibilidades de ser combinados con otros aparatos; para ello hay que entenderlos. Solamente si dotamos el establecimiento de personal especializado en informática y nuevas tecnologías lograremos plantar cara a un canal que puede arrancarnos de cuajo la cuota de mercado. El canal electro debe convencer al fabricante de que está preparado para vender esas nuevas aplicaciones y productos; responsables de algunas de las marcas a las que estamos aludiendo (que prefieren mantener el anonimato) han declarado a esta redacción que la mayoría de los establecimientos del canal de electrónica de consumo carecen de los conocimientos necesarios en materia tecnológica, para comercializar sus productos. Esta concepción deberá cambiar si el canal electro no quiere quedarse vendiendo sólo electrodomésticos, siempre y cuando, éstos no se "domoticen" demasiado...

...Aunque los más avisados le darán la vuelta al asunto e integrarán la domótica como una nueva línea de negocio que venir a añadir a la venta de electrodomésticos, dimensionando sus empresas con las correspondientes áreas de proyectos e instalación.

Mónica Daluz

Director

Carlos Olaya
c.olaya@enlinea2000sl.com

Asesor de nuevas tecnologías: Pedro Martínez

Asesor especializado en comercio: José L. del Olmo

Asesoramiento informático: TAU Santa Coloma

Administración: María Lipperheide

Redactora Jefe

Mónica Daluz
redaccion@enlinea2000sl.com

Colaboradores Redacción

Cati Bestard y Rafael Gallego

Maquetación y diseño web

Lorena Sánchez

Delegación Madrid

Eloy Zamanillo. Tel. 91 401 27 26
e.zamanillo@enlinea2000sl.com

Publicidad: Dpto. Propio

Imprenta: COMGRAFIC

Fotocomposición: P.C.Fotoc.

Distribución: Distri Alpas

Depósito legal: B-785 2000