



**Editor**  
Antonio Olaya  
**Director**  
José M<sup>o</sup> Olaya  
**Redacción**  
Mónica Daluz

**Coordinación Publicidad**

Nuria Castilla

**Departamento Publicidad**

Carlos Olaya

Pedro Llorens

**Colaboración en Servicios de SAT's**

Cinja-Mari Carmen Coin

**Colaboración Dto. Diseño Gráfico**

Susana Hernández

**Corresponsalías**

Italia: «Apparecchi Elettrodomestici»

**Consejo Asesor**

**Coordinador:** Agustín Mondragón

**En distribución:** Federico Aenlle, Gerardo

García Puga, Julio Rosa, Manuel Vázquez, Víctor

Rodríguez, Ernesto Pereira, Juan Zurita, Arturo

Infante, Luis Camacho, Angel Rodríguez, Paco

Jurado, J. María Verdeguer, Francesc Miró y

Javier Sánchez Ramade

**En empresas:** Antonio Santamans, Juan

Sala, Ricardo Carramiñana, Domingo

Jaumandreu, Fernando Gómez Acedo, Franco

Gay, Fermín Mendizábal, J. Luis Aguirre, Albert

Martí y Antoine de Pracomtal

**Redacción, Administración  
y Publicidad:**

Hogarola, S.L.

P<sup>o</sup> de la Peira, 23, bajos, Local 10

08031 Barcelona.

Tfo.93/420.64.07 Fax:93/420.43.60

E-mail: hogarola@electro-imagen.com

www.electro-imagen.com

**Impresión:**

Rotocayfo, S.A.

Depósito Legal: B.38.299.19821

ISSN: 1131-5601

Suscripción anual (11 números) 10.900 pts.

Extranjero: 165 \$



Miembro de la Asociación de Prensa  
Profesional y de la Federación Inter-  
nacional de la Prensa Periódica.

Miembro del Club Casoar



se distribuye al 100% de la distribución,  
tiendas, detallistas, mayoristas, sector mue-  
bles de cocina y encastrables, empresas, fa-  
bricantes y técnicos de fábrica, importadores,  
delegados representantes componentes y ac-  
cesorios, instaladores y servicios post-venta  
y todos los profesionales del sector.

Queda prohibida la reproducción total o par-  
cial, gráfica o escrita, salvo autorización ex-  
presa y por escrito.

9/98

Difusión controlada



# PUERTA DE ENTRADA

## El futuro ya está aquí

*Hace tiempo que estamos asistiendo a una globalización generalizada, que no atañe tan solo a los mercados, sino al concepto mismo de nuestra interpretación del mundo y del papel del individuo dentro de la sociedad.*

*No es posible obviar los cambios en los hábitos y en los valores del nuevo consumidor, si el objetivo es estar en el sitio adecuado y en el momento adecuado. De modo que, un sector como el nuestro, que es consciente del impacto de las tecnologías más innovadoras, con la constante salida a escena de productos con prestaciones mejoradas, debe reflexionar al respecto.*

*No está todo inventado; el distribuidor debe explotar y aprovechar los flujos y las tendencias del cambio cultural, la red de redes puede ser utilizada para la venta de cualquier producto de electrónica de consumo.*

*La era de la información hace que los canales de distribución alternativos deban contemplarse como una posibilidad real de negocio. Asimismo, la nueva sociedad del ocio, que ha influido negativamente en la adquisición de bienes de consumo por un cambio en las preferencias del consumidor, puede aportar ahora nuevas expectativas en la reactivación de nuestro sector.*

*Si la distribución adapta su oferta y servicio a las herramientas de ocio, entrará en un terreno que, bien abonado, a buen seguro, pronto dará frutos...*

Mónica Daluz

### Fe de erratas

En el número 183 (julio-agosto), en la entrevista al Director General y Consejero Delegado de Electrolux Electrodomésticos España, S.A., Kenth Eriksson, (págs. 8 y 19) se cometió un error ortográfico en su apellido, figurando Eriksson, en lugar de Eriksson. Asimismo, en la página 128 del número Especial Verano (184), apareció el nombre de la empresa Packard Bell, escrito incorrectamente. Otra puntualización sobre nuestro Especial Verano se refiere a la cifra de Proyección Facturación '98 de Asel, donde figuraba 2.000 millones de ptas., siendo la cifra correcta 2.600 millones de ptas.

### Mapa de la Distribución

Queremos anunciar a nuestros lectores que en el número de octubre -que aparecerá durante la feria de Sonimag- editaremos de nuevo el Mapa de la Distribución aparecido en el Especial Verano, ya que por errores de procesado de datos en nuestro programa informático, el número de logotipos aparecidos en dicho mapa no corresponden con exactitud a la realidad. Pedimos disculpas por los errores cometidos, del todo involuntarios, en un trabajo en el que se emplearon grandes esfuerzos y que no salió como hubiera sido deseable.