

Sergio Talarewitz

Director General de SIEMENS (SHOCD)

SIEMENS

Antes de llegar al puesto de Director General de SHOCD, Sergio Talarewitz se encargó durante dos años de la división de consumo del área de Comunicaciones de Siemens, donde gestionaba las ventas del segmento de Telefonía, tanto móvil como fija inalámbrica. Antes, había dirigido la división de venta de dispositivos del grupo Auna y el negocio de telecomunicaciones de Unión Fenosa.

En esta entrevista a Protiendas, Sergio Talarewitz nos habla sobre la marcha de los sectores de Televisión Digital y Telefonía Inalámbrica y su futuro, así como de las acciones que su compañía está llevando a cabo actualmente.



Queremos saber algo más de su empresa. ¿Nos puede resumir la trayectoria de SHOCD en España?

En 2005 Siemens creó una división, Home and Office Communication Devices, y en febrero de 2006 la convirtió en una sociedad independiente participada al 100% por Siemens, llamada SHOCD. Esta compañía está especialmente dedicada a la producción y comercialización de dispositivos de comunicaciones para el hogar. A partir de entonces, la compañía empieza a operar de forma totalmente independiente llegando a ser, en menos tiempo del previsto, el número uno de los proveedores de los teléfonos inalámbricos DECT a nivel mundial y número uno en TDT en España.

Finalizado el 2006, cabe preguntar qué balance hacen en Siemens en cuanto a ventas...

Los resultados que hemos obtenido a lo largo del último ejercicio son realmente buenos. Hemos vendido un millón de equipos Gigaset, la marca de nuestros productos, correspondiendo la mitad al negocio de telefonía inalámbrica y la otra mitad al

segmento del TDT (Televisión Digital Terrestre). Nuestra facturación ha superado los 31 millones de euros, superando así los objetivos que teníamos marcados inicialmente.

Estas cifras nos han permitido mantenernos como líderes entre los fabricantes de receptores TDT, a la vez que estar siempre entre las 3 primeras marcas de telefonía inalámbrica y alcanzando también el liderazgo durante más de 3 meses en un mercado con un alto grado de madurez.

Para llegar a la posición en que se encuentran, ¿qué esfuerzos han tenido que hacer?

Estamos realizando un esfuerzo continuo en innovar y mejorar las prestaciones y funcionalidades de todos los equipos que lanzamos al mercado, garantizando su calidad y dotando al usuario de la tecnología necesaria para facilitar su uso. En el ámbito de la TDT, nuestra apuesta es impulsar una TDT de calidad que tiene que ir ligada a productos inteligentes que permitan al usuario sacar el máximo rendimiento a esta tecnología. De cualquier manera y a nivel global, nuestro principal esfuerzo se ha centrado en el canal de distribución, ya que es a través de él como mejor llegamos a nuestros usuarios.

En cuanto a comunicación, ¿qué estrategias están llevando a cabo? ¿Hacen promociones en punto de venta?

Sí, realizamos promociones en punto de venta que refuercen no sólo nuestra imagen de marca, sino que potencien el mercado. Nuestra estrategia de comunicación está muy ligada con el objetivo de impulsar el mercado, siendo no sólo líderes de ventas sino también líderes de tendencia.

En el negocio de TDT es básico impulsar la tecnología desde los fabricantes y Siemens ha asumido su responsabilidad apoyando acciones de comunicación conjuntas con el canal de distribución y acercando esta nueva tecnología a los usuarios finales.

¿Qué servicio postventa ofrece la empresa a los distribuidores de sus productos?

Siemens ofrece una garantía de dos años en todos sus productos y disponemos de un laboratorio propio que se ocupa de la gestión de las reparaciones con o sin garantía. El tiempo máximo de respuesta es de 72 horas y damos servicio tanto a clientes finales como a operadores.

De cualquier manera, somos líderes de mercado en la tasa de fallo de nuestros equipos. Para nosotros la calidad es algo fundamental ya que nuestros usuarios están dispuestos a pagar algo más a cambio de contar con un producto de total garantía y con el aval de la industria alemana.

Con los cambios que se producen en la distribución, ¿cree que los fabricantes deben también cambiar de cara a su relación con estas empresas?

Creo que con la concentración que se está produciendo, por supuesto debemos de adaptarnos, ya que cada vez son cadenas más fuertes y con mayor capacidad de compra. Por ese motivo nosotros contamos con los mejores profesionales, de manera que sepamos comprender y adaptarnos a nuestros clientes lo más rápido posible.

Además de los teléfonos, disponen de sintonizadores de TDT, un negocio de actualidad que muchos fabricantes no han dudado en aprovechar. ¿Qué diferencias puede ofrecer un dispositivo Siemens frente a otros?

Creo que se está produciendo una demanda del producto de gama baja que simplemente permite ver los canales. Eso está devaluando la imagen de esta tecnología porque los usuarios creen que todos los equipos hacen lo mismo y eso no es cierto. El único fabricante que ofrece una "EPG" o "Guía Electrónica de Programación" propia

es Siemens. Nosotros, a través de nuestro socio InOut, actualizamos diariamente las guías de los equipos dando una información mucho más amplia que los propios radiodifusores.

Por otro lado, incorporar productos de muy baja tecnología y precio hace que la calidad de los mismos no permita disfrutar de la TDT en su máximo exponente. Creo que los equipos actuales no obtienen más de un 20 o 30% de la calidad de imagen y sonido que es capaz de ofrecer una tecnología por la que ha apostado toda Europa y que sirve de referente para otros países a nivel mundial.

La TDT es algo más que ver 30 canales gratuitos, pero para eso hay que invertir en equipos que gestionen la programación que recibimos. Nuestro último PVR (Personal Video Recorder), por ejemplo, es capaz de grabar nuestros contenidos favoritos con un solo botón y al margen de a qué hora y en qué canal se emitan.

El grupo Siemens es una compañía puntera en tecnología. ¿Que lanzamientos tienen previstos para este año? ¿Habrá algún producto realmente novedoso que se pueda desvelar hoy?

Nuestro equipo más novedoso, el Gigaset M665T PVR, es un PVR con disco duro integrado que permite grabar hasta dos programas simultáneamente. Gracias al servicio Sinagoría desarrollado por nuestro socio InOut TV, el espectador conocerá la programación hasta con siete días de antelación, por lo que programando el receptor - grabador, no se perderá ninguno de los contenidos que le interesen, aunque coincidan en la hora de emisión. Asimismo, el usuario puede parar la reproducción de un programa, que se emite en directo, para continuar más tarde viéndolo, justo donde lo dejó. Podemos además seleccionar grabaciones periódicas de programas que nos gustan al margen de que cambien su situación en la parrilla y activar los motores de grabación de las mejores retransmisiones del día. Para ello InOut cuenta con varios periodistas que seleccionan y valoran estos programas.

Imagine tener a 8 profesionales pensando a diario cuál es la mejor película del día y grabándola, sin que nosotros hagamos nada, en nuestro disco duro para que cuando lleguemos a casa la podamos ver. Eso es el PVR de Siemens InOut.



En el segmento de telefonía avanzamos por el camino de la VoIP (Voz IP), estando preparados a nivel tecnológico para adaptarnos a las demandas del usuario español, por lo que de acuerdo a las ofertas que lancen los distintos operadores allí estaremos nosotros con el terminal adecuado.

De cara a los cambios tecnológicos que se están manifestando en el sector de la telefonía, ¿qué productos cree que venderán las tiendas los próximos años? ¿Hacia dónde camina el sector?

La tendencia más evidente, desde mi punto de vista, es que la convergencia empieza a ser una realidad y que lo lógico será que se produzca una adaptación del sector. A corto plazo y siempre que los operadores lo impulsen, creo que irá hacia la telefonía IP. A largo plazo creo que convergerán con la telefonía móvil y que por lo tanto los terminales no tendrán una sola función sino que serán híbridos.

¿Qué es lo más importante que destacaría de Siemens?

Como ya he comentado, nuestra constante capacidad de innovación y adaptación para ofrecer en cada momento el producto más adecuado y con la máxima calidad para el usuario. Para ello somos una empresa con la flexibilidad necesaria para cerrar acuerdos y colaboraciones con socios que nos ayuden a ofrecer mayor valor añadido al cliente.

