



Foto: Nokia

Small Office - Home Office (SOHO)

Material de oficina nómada

Es innegable que el auge del teletrabajo en estos últimos años ha desarrollado de manera vertiginosa el mercado no sólo de las telecomunicaciones sino de aquellos productos diseñados para las oficinas en casa. Estamos hablando del SOHO, acrónimo de Small Office-Home Office (Pequeña Oficina-Oficina en Casa), término que se aplica precisamente para denominar a los aparatos destinados a un uso profesional o semiprofesional pero que, a diferencia de otros modelos, no están pensados para asumir un gran volumen de trabajo.

Cada vez son más las empresas que ofrecen a sus empleados la posibilidad de trabajar desde casa o los autónomos que así lo hacen. Esto, que sin duda es una oportunidad para conciliar la vida laboral y personal, requiere de un equipamiento específico dentro del hogar.

En principio fueron los países anglosajones los que se apuntaron a esta nueva manera de trabajar, si bien hoy es una práctica habitual en muchos de los países más desarrollados, entre ellos España, donde un 26% de los trabajadores, según una encuesta publicada por el portal de empleo Monster, trabaja desde casa. El citado estudio demuestra además que el porcentaje de personas que desean trabajar desde casa crece día a día. Esto nos indica que el mercado de los productos soho va a crecer mucho en los próximos años y por ello las principales marcas de electrodomésticos están haciendo propuestas muy competitivas para cubrir estas necesidades.

Pero ¿qué características deben tener estos productos para adaptarse a las necesidades de este tipo emergente de trabajadores? Para Cristina García, responsable de comunicación de Oki, "los profesionales que trabajan en casa quieren no solo diseño sino reducción en el tamaño sin olvidar las mínimas prestaciones". A todo esto hay que añadir una preocupación por el consumo energético y el deseo de todos estos nuevos nómadas del mundo laboral por prescindir lo más posible de instalaciones u obras en casa, para poder montar su propia oficina. Son ingenieros, consultores, creativos o especialistas informáticos los que más están demandando los productos SOHO.

Según Javier Miguel, responsable de producto de Panasonic, "en las tiendas de electrodomésticos tienen cada vez más importancia estos productos. Los cambios de trabajo hoy en día hacen que muchas personas trabajen desde casa, sea a nivel independiente o sea porque las empresas permiten el home office. Por lo tanto, muchas personas necesitan tener una mini oficina en su casa.

Por otro lado, muchos directivos que quieren salir pronto de la oficina para poder aprovechar más el tiempo con su familia necesitan tener los mismos equipos electrónicos que hay en la oficina."

Los indispensables para trabajar desde casa

Una red adecuada, ordenadores, teléfonos fijos y móviles, equipos multifunción y dispositivos de almacenamiento son algunos de los principales productos que podemos englobar dentro del mundo SOHO. Para Ana Velasco, responsable de Trama, una empresa de gestión cultural que apuesta por el trabajo en casa, "es imprescindible tener, al menos, un multifunción, un teléfono que te respalde como empresa, una red de Internet que funcione sin saltos y un ordenador adecuado. Además, es necesario que todos estos aparatos puedan integrarse con el resto del hogar para que, cuando estás trabajando, te sientas trabajando pero cuando estás en tu tiempo de ocio no tengas la impresión de seguir trabajando".

Una red adecuada, ordenadores, teléfonos fijos y móviles, equipos multifunción y dispositivos de almacenamiento son algunos de los principales productos que podemos englobar dentro del mundo SOHO

Una red para abastecer las necesidades de la pequeña empresa

Nokia Siemens Network ha presentado recientemente el estudio Connectivity Scorecard, que pretende medir el grado de aprovechamiento de las tecnologías de las telecomunicaciones -como pueden ser Internet, los teléfonos móviles o los ordenadores- por parte de cada país, y su utilización para impulsar la prosperidad económica y social. España se sitúa en este ranking en el puesto número trece, justo por detrás de la vecina Italia y por delante de Hungría. Pero las previsiones para España son muy favorables ya que, según este estudio, nuestro país es uno de los que ha experimentado un mayor crecimiento en los últimos años. Los principales proveedores de Internet hablan de una fuerte competencia para hacerse con el mercado. Ya quedan pocos hogares sin conexión, pero ahora las exigencias son mayores y la oferta cubre no solo la red sino también el teléfono e incluso la televisión. Para los clientes de productos SOHO es muy importante el ahorro energético y, por tanto, centralizar en una sola factura todos los servicios lo consideran "una buena solución tanto por la facilidad para la contabilidad como por el ajuste económico que supone".



Foto: Oki

El mercado de los equipos multifunción

Un reciente estudio realizado por la empresa Oki nos da una idea del crecimiento de las ventas de estos productos. Según el citado estudio, el mercado de equipos multifunción profesionales, que corresponde a los equipos multifunción láser/LED de Oki, mantiene un crecimiento constante por la incorporación cada vez mayor de este tipo de equipos tanto a las pymes como a los profesionales liberales que tienen su puesto de trabajo en casa. Para estos clientes, los equipos multifunción representan un producto muy ventajoso que reduce sus costes a un tercio, ya que sólo necesitan comprar un equipo para poder imprimir, escanear, copiar o enviar faxes, además de representar un ahorro de electricidad y de espacio considerables. El mercado multifunción láser/LED ha pasado de 187.964 equipos vendidos en 2006, a 231.621 unidades vendidas en 2007, lo que representa un crecimiento del 23,2% del mercado.

Dentro de este segmento, los equipos multifunción que están experimentando un mayor crecimiento son los equipos láser/LED color, que han pasado de 29.496 unidades vendidas en 2006 a 46.117 en 2007, lo que supone un crecimiento del 63%. Este crecimiento tan importante ha sido paralelo en todas las marcas que comercializan estos productos como HP, Lexmark, Samsung, Brother, etc., y se debe a la creciente importancia del color en la empresa, ya que aparte de las ventajas de la multifuncionalidad, debido a la alta calidad de impresión color de que disponen este tipo de productos, permiten también imprimir internamente con calidad profesional tanto las presentaciones de compañía, pequeñas tiradas de catálogos, dossiers, tarjetas de visita, carátulas de CDs, carteles e incluso los logotipos y papelería interna de la empresa. Para las personas que tienen en casa su pequeña oficina representa un ahorro adicional porque evitan tener que externalizar ese tipo de tareas, y ahorran por tanto en costes de impresión.

El mercado de impresión multifunción monocromo, aunque continúa gozando de una importante presencia dentro del mercado profesional, ha experimentado un crecimiento más moderado, pasando de 158.468 unidades en 2006, a 183.504 unidades en 2007, lo que representa un crecimiento del 15,8%.

Las cifras no deben extrañarnos ya que, por un lado, la reducción de espacio que se produce al aunar en un solo dispositivo todas las funcionalidades necesarias hace de este producto el ideal de los usuarios que trabajan desde

casa. La segunda razón es el precio. Los equipos multifunción tienen precios muy asequibles y son sensiblemente inferiores a los precios de los equipos equivalentes en unidades separadas. Iniciar una andadura como empresa tomando como base el propio hogar implica una inversión inicial importante y, un producto que englobe los servicios necesarios y tenga un bajo coste es, según han confirmado los propios usuarios, simplemente algo idóneo.

Además, la mayoría de estos productos ponen a disposición del usuario una serie de herramientas de software gratuitas que facilitan su manejo y la gestión de la impresora, con gestores de plantillas que les permiten diseñar y producir de forma sencilla todos sus materiales de marketing o la papelería interna de su empresa.

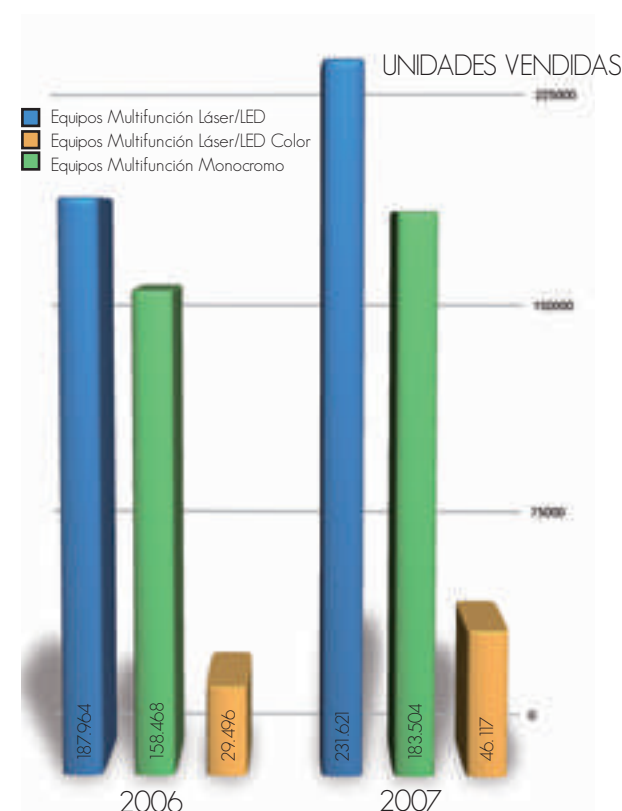


Foto: Martin Bravenboer

Los genios conceden tres deseos. No uno ni dos.



Y sólo Brother le ofrece 3 años de garantía en todos los productos de impresión. Por qué? Porque cumplimos 100 años y queremos celebrarlo así, ofreciendo a nuestros clientes calidad y confianza.

Nuestra gama de impresoras fotográficas multifunción, con las funciones de impresora, copiadora, escáner, fax y conexión de red, son equipos fiables, rápidos y fáciles de usar.

Píenselo: tres años. ¿No es genial?

www.brother.es

brother
at your side

Promoción Centenario: 2 años de garantía + 1 año de garantía comercial adicional en todos los productos de impresión registrándose en www.brother.es. Promoción sujeta a condiciones establecidas en las bases (ver www.brother.es). Vigencia: desde 01/03/2008 hasta 31/12/2008.



Foto: Rea Whitlock

Las principales marcas compiten por este mercado

Son muchas las marcas que ofrecen soluciones SOHO para las pequeñas empresas domésticas. Oki Printing Solutions nos ofrece una serie interesante de equipos multifunción, los C3500 MFP. Estos equipos láser/LED color son más pequeños, rápidos y asequibles especialmente diseñados y pensados para usuarios profesionales. Además, tienen un atractivo diseño, sin dejar de lado sus prestaciones y su fácil manejo e instalación con un único panel de control. Están preparados para trabajar en red e integran funciones de impresión, copiado, escaneado, (no necesita de un equipo local para escanear) y envío de fax. Según Juan Pedro Pérez, Director de Marketing de Oki Printing Solutions para el Sur de Europa, "con esta nueva serie de equipos multifunción láser/LED color, Oki Printing Solutions pone de manifiesto su apuesta por ofrecer al mercado soluciones de impresión profesionales, capaces de cubrir todas sus necesidades específicas", sin olvidar en ningún caso el diseño.

Desde Panasonic también se está apostando fuerte por el mercado multifunción que, según su responsable de producto "es el aparato ideal para poder hacer cualquier función como copiadora, impresora, escáner y fax". Son muchos los modelos con los que Panasonic compite en el mercado y, según la propia marca, "Panasonic tiene una posición privilegiada ya que tiene una cuota de mercado del 40% en fax de película tinta siendo el modelo KX-FP205 el modelo de fax más vendido de España. Además, Panasonic tiene una gama completa en la tecnología de fax láser, siendo el KX-FL401 el modelo más solicitado por sus características".

Los multifunción son el aparato ideal para una pequeña oficina, ya que disponen de función copiadora, impresora, escáner e incluso fax, ahorrando grandes costos

Volviendo a las multifunciones, Panasonic tiene dos modelos muy adaptados a las exigencias soho: el KX-MB261, un modelo que permite imprimir a 18 ppm, copiar y escanear en color; y el KX-MB771 que aumenta esas capacidades incluyendo un fax con módem súper G3 a 33.6Kbps y un alimentador de hojas de 20 páginas.

Además, la marca acaba de lanzar al mercado su nuevo modelo KX-FLB881 con una conexión en red que facilita el trabajo en las pymes y con una función única en el mercado: tener dos bandejas que permite separar las funciones de trabajo (recepción de fax en una bandeja y copia en otra bandeja).

Teléfonos, un indispensable para la oficina en casa

Son muchas las opciones que nos ofrece el mercado de los teléfonos. Para cumplir con las expectativas de las oficinas en casa es importante la movilidad del teléfono para poder hablar mientras realizas otras actividades. Para conciliar movilidad, ahorro energético y precio, algunas de las principales marcas han apostado por modelos que, sin olvidar un diseño de vanguardia, cumplan con las expectativas de los productos soho. Además, es necesario que los teléfonos incluyan las últimas tecnologías.

Siemens Home and Office Communication Devices ofrece dos teléfonos que cumplen con las exigencias de los clientes que trabajan desde casa. Son los Gigaset C 470 y C 470 IP, teléfonos con un diseño atractivo y de fácil uso. Lo más positivo es su ahorro de energía gracias a la tecnología ECO DECT, que reduce el consumo a cero cuando el teléfono está en la estación base, proporcionando así una manera fácil de proteger el medio ambiente. Con una pantalla a color iluminada, un altavoz con aumento de calidad de sonido, conexión para auriculares y un directorio telefónico con memoria para más de 150 números, son una buena opción para las pequeñas empresas domésticas. Además, la batería de estos teléfonos es de larga duración y permite hablar durante más de 12 horas. El Gigaset C470 IP funciona como un inalámbrico tradicional y ofrece, además, la posibilidad de realizar llamadas a través de Internet sin un PC. Para ello, este teléfono lleva un puerto LAN incorporado, lo que permite la reducción de gastos en conexiones internacionales. Por último, y gracias a la

apuesta de esta empresa por el medio ambiente, si hay varios terminales en uso, la nueva función ECO-Mode permite reducir el gasto de energía de la base en un 80%.

Los imprescindibles, los ordenadores

Hace unos años, el consumo de ordenadores portátiles era mucho menor que los llamados "sobremesa". Hoy, el mercado ha dado un giro radical. Las personas que demandan productos SOHO eligen ordenadores portátiles para desarrollar su trabajo en casa. Además, no solo exigen una máquina perfectamente preparada para poder realizar todo el trabajo sino que requieren que esa máquina pese poco y tenga un diseño atractivo o bien para su transporte o bien para integrarla en el hogar. El 90% de las oficinas en casa son a la vez y, en muchos momentos, oficinas móviles. Para el responsable de comunicación de Airis, "el diseño es fundamental. Dentro de un entorno donde deben combinarse trabajo y ocio como es tu casa, no se puede contemplar la posibilidad de tener solo productos funcionales... El producto debe ser funcional, a la par que atractivo incluso hasta decorativo, pues la herramienta de trabajo puede llegar a formar parte del mobiliario de nuestras zonas de recreo".

Algunas de las principales marcas apuestan por ordenadores de pequeñas dimensiones, como el mini-PC N1110 de Airis, "un potente y elegante ordenador basado en tecnología móvil (mod - mobile on desktop)". Se trata de un equipo de cuidado diseño, funcionamiento silencioso, consumo reducido y a la vez grandes opciones de conectividad (red convencional, inalámbrica 802.11abg, módem/fax y bluetooth) válido para un uso de carácter profesional. Por su parte, Apple acaba de sacar al mercado un producto revolucionario por su ligerísimo peso. Se trata del MacBook Air que mide menos de dos centímetros de altura y puede ser transportado dentro de una carpeta. Su peso es de algo más de un kilo y tiene una pantalla panorámica retroiluminada que permite un importante ahorro de energía. Gracias a la tecnología 802.11n2 y Bluetooth 2.1 + EDR, el MacBook Air aprovecha al máximo todas las ventajas de un mundo cada vez más inalámbrico. El MacBook Air incorpora un procesador Core 2 Duo de Intel a velocidades de hasta 1,8 GHz, diseñado a medida para alojarlo en sus reducidas dimensiones.

Discos duros y de almacenaje

Trabajar desde casa incluye tener todas las responsabilidades de una empresa. Por eso es necesario proteger todo el trabajo y hacer varias copias de lo que se produce. Son varias las opciones que se pueden elegir a la hora de almacenar los datos. Las principales empresas nos ofrecen una importante oferta de discos duros y de almacenaje, aunque el mercado no deja nunca de evolucionar en este sentido.

Lo último en salir al mercado ha sido el Blu-ray. Con formato de disco óptico e idénticas dimensiones al DVD y el CD, ha sido desarrollado por un grupo de compañías tecnológicas llamado Blu-ray Disc Association (BDA), liderado por Sony y Philips. Llega a almacenar hasta 50 GB de información a doble capa y 25 a una, por lo que no tardará en sustituir a su predecesor, el DVD. Además, este nuevo sistema de almacenamiento ha sido el protagonista de una encarnizada pugna entre el BDA y Toshiba por hacerse con el

dominio del mercado de los formatos, lucha que refleja a la perfección la importancia de las nuevas tecnologías en el trabajo diario.

Sin duda, el mercado laboral está evolucionando hacia caminos más conciliadores con la vida personal y es necesario, por tanto, abastecer a estos profesionales de los productos que se ajusten a sus necesidades. Diseño de vanguardia que no desentone con el hogar, funcionalidad y reducción del espacio son las tres claves para el éxito de un producto soho. Las firmas lo saben y todas ellas están trabajando en esta dirección.

Sin duda, el mercado laboral está evolucionando hacia caminos más conciliadores con la vida personal y es necesario, por tanto, abastecer a estos profesionales de los productos que se ajusten a sus necesidades



Foto: Toshiba