

SIEMENS Gigaset

Sergio Talarewitz

Consejero Delegado de Gigaset Communications Iberia

Todos los productos de Siemens Gigaset en TDT están orientados al usuario final, dotándoles de las herramientas necesarias para disfrutar de las posibilidades que brinda la TDT, y no sólo para descodificar su señal

Gigaset Communications GmbH es una de las empresas más importantes de Europa en el mercado de teléfonos DECT. Con sede en Munich, la compañía desarrolla, fabrica y distribuye productos de alta calidad bajo la marca Siemens Gigaset. Su portfolio incluye teléfonos fijos, terminales VoIP, soluciones de software y equipos TDT. Su principal centro de producción está en Bocholt, Alemania, donde los productos Siemens Gigaset se fabrican siguiendo los más estrictos estándares medioambientales y de calidad.

A muchos usuarios les ha sorprendido la TDT de pago. ¿Qué beneficios traerá este nuevo inquilino en el hogar?

Con la llegada de la TDT de pago se abren más posibilidades para acceder a contenidos Premium (fútbol, películas...) a precios muy asequibles. Cuanto mayor sea la oferta, mejor para el usuario. Esto beneficia a todos.

Han apostado por la telefonía IP para las futuras comunicaciones del hogar. ¿Qué podemos esperar de este modelo? ¿Qué pasará con la telefonía tradicional?

En España el mercado de la telefonía IP empresarial ha crecido más de un 40% en los últimos dos años, pero su implantación,

como suele pasar con las nuevas tecnologías, se inició en las grandes corporaciones. Sin embargo en el ámbito doméstico no ha acabado de calar, nosotros estimamos que no llega al 0,5% de los hogares en España. Esta baja penetración la hemos percibido de manera similar en toda Europa. Salvo raras excepciones como Países Bajos, donde hemos detectado la mayor penetración en el mercado residencial, debido en gran parte a la falta de un operador dominante y la ventaja que supone para los operadores emergentes ofrecer directamente telefonía IP.

Realmente el crecimiento en el segmento residencial es todavía muy pequeño, probablemente debido a que existe una oferta de calidad por parte de los operadores de telefonía tradicional que retiene al gran público, o porque las que hay pertenecen a operadores pequeños que no tienen capacidad para hacerlas llegar a ese gran público.

Por otro lado, existe la idea equivocada de la dificultad técnica añadida, y sólo los usuarios más avanzados e inquietos se sienten capaces de configurar estos servicios.

Desde Gigaset, para tratar de eliminar ambas barreras estamos trabajando estrechamente con los principales operadores de VoIP de nuestro país, lanzando promociones conjuntas, pero hasta la fecha nos hemos centrado en el entorno empresarial. Para facilitar la configuración de nuestros terminales, nuestros equipos llevan preconfigurados los parámetros de los principales operadores de telefonía IP, de manera que el usuario tan sólo tiene que introducir el nombre de usuario y la contraseña facilitados por su operador para completar la configuración.

La telefonía móvil ha desbordado a la tradicional, aunque pronto internet podría suponer una evolución distinta de este segmento. ¿Habrá teléfonos wifi móviles? ¿Entrará Siemens Gigaset en este tipo de mercados?

¿Porque no? Creo que el Wifi es una realidad, pero creo que eso deberá ser una característica más del teléfono móvil que, en función de donde se encuentre, se apoye en una red u otra. De momento no tenemos intención de volver al mercado de la telefonía móvil.

La conectividad inalámbrica empieza a inundarlo todo. ¿Cómo se integra tanto con la TDT como con la telefonía IP? ¿Habrá futuras aplicaciones de esta tecnología en estos aparatos?

Seguro. La conexión Wifi tanto de televisores como de sintonizadores es algo que se da por asegurado. Muchos equipos ya están pensados

para usar este tipo de conexión en sus servicios y actualizaciones. La gran ventaja es que a través del ADSL las posibilidades de ver televisión se amplían enormemente.

¿Qué tecnologías nuevas podemos esperar para el próximo año en estos campos?

Tecnología nueva no habrá, salvo la actual acercada al mundo de la TV, es decir, contenidos de HD traídos de la red a nuestra TV o sintonizador directamente.

Con el aumento de la oferta de televisores de TDT integrado, ¿cómo se diferencia vuestro producto?

Desde el primer momento de vida de la TDT en nuestro país, hemos sido una empresa pionera en la oferta no sólo de equipos sino también de servicios asociados a los mismos. Todos los productos desarrollados y comercializados por Siemens Gigaset en este ámbito han estado y están orientados al usuario final, dotándoles de las herramientas necesarias para disfrutar de las posibilidades que brinda la TDT, y no sólo para descodificar su señal. De ahí que introdujéramos una EPG ó Guía de Programación Electrónica propia, servicios de grabación como SincroGuía o Mayordomo, y hasta el primer videoclub para la TDT, Butaca TV.

En este sentido, contamos con un amplio portfolio para llegar a los diferentes nichos de mercado

según sus necesidades, desde los 'zappers' más básicos (aunque con servicios diferenciales como la EPG proporcionada por InOut TV), mini-sintonizadores o SCARTS idóneos para las pantallas de plasma o LCD, un sintonizador con entrada HDMI, y por supuesto decodificadores con funciones de PVR, ya sea con disco duro integrado o a través de una entrada USB. Y ahora, seremos de los primeros fabricantes en disponer de oferta en el mercado para acceder a los nuevos contenidos Premium de la TDT de pago.

¿Qué deben observar los comerciantes de electrónica tanto en el segmento de la TDT como en telefonía? ¿Cómo pueden vender más?

La conectividad, la HD y los contenidos de pago que llegarán para complementar la oferta actual.

Sobre todo cuidando a su cliente: la tecnología cambia muy rápidamente y el usuario final necesita que le asesoren especialistas que conozcan todas las opciones.

¿Qué se hace desde Siemens Gigaset para mejorar ventas, márgenes, formación de los vendedores, etc.?

Formamos permanentemente a nuestro canal de distribución tanto en la tecnología como en nuestros productos. Cuanto mejor asesoremos a los usuarios finales, más estarán dispuestos a invertir en productos de valor que tienen precios más altos y mejores márgenes.

