

Dell ya tiene móvil

Por ahora sólo para China y Brasil pero aquí está, el primer teléfono de Dell, de la que se lleva rumoreando una entrada en el mercado de la telefonía unos dos años. Del teléfono, bautizado como Mini 3, poco se sabe. Tendrá pantalla táctil de 3,5 pulgadas y funcionará con el sistema operativo Android de Google. La versión China, como es habitual en el país, carecerá de acceso WiFi, pero la que se venderá en Brasil vendrá con la conexión incluida. En enero Dell anunciará más modelos.



La experiencia de Dell fuera del mercado de la informática pura y dura no ha sido siempre buena pero en telefonía cuenta, al menos, con un punto a su favor: está lanzando el dispositivo en mercados de rápido crecimiento (China, India y Brasil son los mercados calientes del mundo de la telefonía) donde hasta ahora el mercado de los smartphones está muy poco definido.

Y no es la única compañía de informática que se está lanzando al sector. Acer y Asus también tienen algunos modelos de Android a punto de asomar al mercado. Esto puede recordar al fiasco de los televisores. Hace dos o tres años, no se si recuerdan, aquí fabricaba televisores hasta el vecino del quinto, ahora sólo quedan un puñado de marcas que han conseguido mantenerse solventes y transmitir una imagen seria.

Android, que a diferencia de otras soluciones como Windows Mobile es libre y abierto, y la estandarización de las plataformas de hardware para teléfonos (muchos de estos modelos son similares desde el punto de vista del hardware, cambian sólo logotipos, y pequeños retoques estéticos o componentes específicos, como la cámara) está animando a las empresas de informática a dar el salto a la telefonía como en su día lo dieron a este mercado de las pantallas de TV. Las redes de distribución están montadas, fabricar uno es sencillo y los productos tienen un margen de beneficio mayor al de los PC. Es fácil probar suerte, incluso para las marcas más pequeñas, aunque en este caso los mayores, como Dell, lo tienen más fácil a la hora de negociar con operadoras.

Hay, sin embargo, una ventaja añadida y es que el teléfono cada vez más se parece a un PC y en este sentido las compañías de informática tienen algo que aportar, o al menos no están tan perdidas como lo estaban en el mercado de la imagen, donde la marca tradicional de electrodomésticos tuvo mucha más destreza a la hora de colocarse en las estanterías y llegar al consumidor.

El Mundo, Madrid, 16 nov. 2009, Tecnología, online.