

Te espía ¡el televisor!

Escrito por Agencias

Lunes 27 de Julio de 2015 20:35

NUEVA YORK, 27 de Julio de 2015.- El proceso que lleva a una compañía no cotizada a vender parte de su capital en Wall Street le obliga a revelar detalles desconocidos sobre su negocio, como el ritmo en el que crecen las ventas y la rentabilidad de sus operaciones.

Es lo que hace Vizio, el mayor vendedor de televisiones inteligentes en Estados Unidos y en la los documentos entregados al regulador bursátil, la firma electrónica admite que sus televisiones espían a sus usuarios para registrar lo que consumen cuando ven televisión y después, enviar publicidad a medida, entre otras cosas.

La compañía de Irvine (California) fabrica televisiones de alta definición y equipos de alta fidelidad superando en su oferta a rivales como Samsung o Sony. Vende unos 3 mil millones de dólares anuales y hay colocados unos 65 millones de televisores desde su fundación en 2002, 15 millones televisiones interactivas a través de las que se consumieron “más de 3 mil millones de horas de entretenimiento”.

Vizio presentó solicitud para cotizar el pasado viernes al cierre de mercado, bajo el símbolo VZIO y trata de recaudar 172,5 millones de dólares con la oferta pública, pero no precisa acciones que sacará a la venta ni el precio, que espera lo determine la demanda de los inversores.

Ese día llamó también a la puerta de Wall Street la plataforma de pagos Square, aunque en su caso eligió la vía confidencial para no revelar aún sus cartas, y las agencias de publicidad, porque podrán conocer mejor lo que buscan los usuarios de estas televisiones

Ha llamado la atención de los analistas es la estrategia que sigue para conocer los hábitos de consumo de entretenimiento. Los dispositivos de Vizio integran una tecnología capaz de rastrear el contenido y determinar lo que ven los usuarios en cada momento. Da igual la fuente que se utiliza, sea un reproductor de DVD conectado al monitor, una caja de cable o una consola de videojuegos.

Vizio explica que la tecnología permite hacer una diferenciación precisa de lo que se ve en 8 millones de televisiones conectadas al sistema y esos datos se pueden utilizar para distribuir al

Te espía ¡el televisor!

Escrito por Agencias

Lunes 27 de Julio de 2015 20:35

usuario contenido hecho a la medida, incluida publicidad. Aunque el rastreo se realiza de forma anónima, esta estrategia puede ser también un riesgo si el consumidor reacciona en contra.

Así pasó a Samsung cuando se supo que los modelos de su gama de televisiones interactivas son capaces de “escuchar” a cualquier persona a través de los micrófonos, gracias al sistema de reconocimiento de voz, y que distribuía esos datos utilizando la conexión a Internet. El fabricante surcoreano explicó que necesita mandar los comandos de voz que se necesitan para manejar la televisión sin mando a un sistema para convertirlos en texto y determinar si se necesita realizar mejoras.

La tecnología de Vizio va más allá y facilitará el trabajo a las agencias de publicidad al saber mejor lo que buscan los usuarios de estas televisiones. Estrategia similar ya utilizan Google y Facebook en sus plataformas en Internet y son la clave de la masa de ingresos que generan.

Analistas esperan ver pronto hasta qué punto el consumidor está abierto a que este tipo de intrusión se produzca sentado ante el sofá.