



FOTO: TOMTOM

Campaña de Navidad

PAE y tecnología, estrellas de la Navidad

La campaña de Navidad es esencial en las ventas de casi cualquier sector de gran consumo. El caso de los electrodomésticos y la electrónica no es una excepción. Este tipo de productos suelen ser muy deseados por los usuarios, figurando entre las primeras peticiones en las cartas a los Reyes Magos. Los fabricantes lo saben, por lo que suelen guardar energías para afrontar esta época del año con fuerza. Y es que en un periodo de crisis de consumo como el actual, una buena venta en la campaña navideña puede marcar la diferencia entre un año exitoso o un ejercicio decepcionante.

Los electrodomésticos son algunos de los regalos más deseados en Navidad: tablets, depiladoras, cepillos de dientes eléctricos, cámaras de fotos, móviles, e-readers... Éstos son sólo unos pocos ejemplos de los productos que seguro que figuran en las cartas que ya han recibido los Reyes Magos.

En esta época del año se concentra buena parte de la facturación del sector, por lo que es momento de lanzamientos y campañas de apoyo con el fin de reforzar las ventas y despertar el interés del consumidor. Sobre todo en un momento como el actual, en el que el consumo se encuentra aletargado por la incertidumbre que genera la crisis.

Tal vez por ello, es precisamente ahora cuando la venta navideña puede cobrar especial relevancia, porque a buen seguro que muchos usuarios han decidido posponer la compra de los aparatos que desean a la espera de los regalos de Navidad. Los productos que más triunfan en estas fechas no son aquellos que podríamos denominar 'imprescindibles', sino que se trata más bien de equipos relacionados con el ocio, la belleza, el cuidado de la salud, etc. Y éstas suelen ser adquisiciones aplazables, incluso aunque el aparato que tengamos esté deteriorado o haya dejado de funcionar. La Navidad es la ocasión propicia para comprar o regalar ese producto que tanto tiempo llevamos viendo en la tienda o para renovar nuestros viejos aparatos por otros más modernos o con prestaciones superiores.

A continuación, reseñamos algunos de los dispositivos que más juego darán en Navidad y veremos qué lanzamientos tienen preparados los fabricantes y cómo van a reforzar las ventas en esta campaña.

PAE DE CUIDADO PERSONAL

La categoría de PAE es una de las más dinámicas en Navidad, especialmente en el segmento de belleza y salud. Muchas personas aprovechan para dar una sorpresa o permitirse un capricho, adquiriendo aquellos aparatos que han estado mirando durante todo el año. La Navidad es un momento perfecto para este tipo de concesiones. En muchos casos, nos referimos a productos con una gran penetración, por lo que la compra se orienta más hacia la reposición del antiguo equipo, si se ha quedado obsoleto o ya no funciona tan bien como al principio. Si no son productos imprescindibles y su compra se puede aplazar, en un contexto de crisis como el actual, no cabe duda de que el consumidor preferirá esperar hasta una ocasión tan propicia como ésta, comprándolos como regalos de Navidad. Además, al tratarse de regalos, estas ventas se pueden aprovechar del plus de calidad que buscará el cliente. Si se trata de una simple reposición o la adquisición de un 'básico', es posible que el consumidor se contente con un aparato más sencillo y económico. Sin



FOTO: SCYSE

embargo, para un regalo seguramente no escatimará de esa manera. Normalmente buscará, en la medida de sus posibilidades, un aparato en un escalón superior al que quizá se llevaría en otro momento. Éstos son algunos de los productos con más recorrido en estas fechas.

Cepillos de dientes eléctricos. Son un 'clásico' entre los regalos de Navidad. La penetración de este producto es alta, por lo que gran parte de las ventas serán de reposición. Así, es probable que el cliente busque un tipo de producto que mejore las prestaciones del que ya tenía. Entre las últimas novedades encontramos los cepillos eléctricos acústicos o sónicos, los modelos con temporizador,

indicador de presión, etc. Y también los irrigadores bucales, que han llegado del ámbito profesional al doméstico.

Afeitadoras y cortapelos. Al igual que sucede con los cepillos de dientes, gran parte de las ventas serán de reposición. Se buscarán novedades como aparatos con mejores baterías, que se puedan meter bajo el agua en la ducha, máquinas de fácil limpieza, etc.

Cuidado del cabello. Es una de las categorías que da más juego, puesto que en ella se enmarca una gran variedad de productos muy atractivos para el público femenino, como secadores, planchas alisadoras, moldeadores o cepillos iónicos, etc. Las características más buscadas se refieren a las tecnologías y tratamientos que ofrecen un plus en el cuidado del cabello, como la incorporación

FOTO: BSH





de materiales que ofrecen calor más saludable, la generación de iones para neutralizar la electricidad estática y el encrespamiento del pelo, etc.

Depiladoras y perfiladores. Son aparatos muy buscados como regalo para la mujer. En el terreno de las depiladoras, destaca la irrupción de los equipos láser o de luz pulsada, que ofrece una depilación con resultados casi profesionales, eficaz y duradera. Pero tampoco debemos olvidarnos de las clásicas depiladoras, que ahora pueden ser usadas incluso bajo el agua de la ducha, u otros productos complementarios, como los perfiladores para la línea del bikini, cejas, nuca y patillas.

Masajeadores y calor. Los masajeadores e hidromasajeadores de pies permiten actuar sobre zonas específicas -espalda, hombros, zona lumbar, pies, piernas...-, bien se trate de masajes relajantes, tonificantes, reafirmantes, para mejorar la circulación, etc. Además, los equipos en el mercado se adaptan a las preferencias de los usuarios, ofreciendo diferentes tipos de masaje, como shiatsu, móvil, puntual, etc. Entre los dispositivos de tratamiento mediante calor se incluyen las almohadillas y mantas eléctricas, tan útiles para aplicar en las zonas con molestias.

Tensiómetros. Son productos muy interesantes para regalar a los mayores de la casa. Estos dispositivos, ya sean los modelos de brazo o de muñeca, miden presión sanguínea -sistólica, diastólica y pulso-, permitiendo tener un control frecuente y sencillo. La prioridad en el diseño de estos equipos es la facilidad de manejo y de

lectura, teniendo muy en cuenta el perfil de sus usuarios. Por ejemplo, muchos aparatos cuentan con números y botones extragrandes. Incluso hay modelos que dan indicaciones por voz. Aunque también hay aparatos muy tecnológicos, que se pueden conectar con terminales Apple -'iPhone' y 'iPod Touch'- mediante una dock station y ofrecer información a través de dichos aparatos.

Las compañías son conscientes de que buena parte de las ventas de este ejercicio se concentrarán en esta época, por lo que apoyan la campaña con lanzamientos y acciones de comunicación, publicidad y marketing. Paloma García de Jalón, Brand & Trade Manager-CP Marketing de BSH Electrodomésticos España, destaca la presentación de nuevos productos para la solución de los problemas cotidianos del cabello, como las planchas de pelo Bosch con bandas de silicona o la gama de plancha y secador Keratin. Ésta última cuenta con el apoyo de una promoción especial, consistente en el regalo de una mascarilla de pelo o champú -dependiendo del producto- de la marca Gliss, que se incluye en el interior del packaging. Además, la responsable de BSH reseña que "todas las novedades estarán destacadas en los puntos de venta con folletos para el usuario final, etiquetas, traseras, expositores, adhesivos y muebles realizados para la acción promocional". En particular, destaca el material para el punto de venta (PLV) dedicado al cuidado del cabello, puesto que las planchas de pelo estarán vinculadas a la imagen de la actriz, modelo y presentadora Eva González. Por otra parte, la compañía confía en que las campañas tengan repercusión en los medios online, gracias a una importante divulgación de información. Asimismo,



FOTO: BSH

García de Jalón remarca que en la categoría de cuidado del cabello se contará con la colaboración de alguna bloguera que prescribirá los productos Bosch.

Por su parte, Remington lanzó en octubre la nueva gama de afeitadoras rotativas 'Hyperflex'. Se trata de aparatos 100% resistentes al agua y con batería de litio para una carga más rápida y mayor autonomía. Estos productos contará con el refuerzo de sus 100 días de garantía de devolución. "El consumidor podrá probar en casa cualquiera de las tres nuevas afeitadoras 'Hyperflex' y si no queda satisfecho, le devolvemos el dinero. La gestión de la devolución se hace entre el consumidor y la marca, de manera que no supone ninguna carga de trabajo para la tienda", puntualiza la firma. Además, las cajas de las afeitadoras incorporarán stickers para comunicar la promoción. Y aunque no habrá campaña en medios, la marca buscará notoriedad a través de recomendaciones en revistas de belleza, decoración y 'lifestyle' y de los principales bloggers, y con su presencia en redes sociales.

En el ámbito de la salud, Gigaset presenta nuevos dispositivos de puericultura, con tres modelos de 'baby monitor', los dispositivos DECT 'PV830 Video', 'PA530 Audio plus' y 'PAA330 Audio'. El primero dispone de cámara de vídeo digital 3D, altavoz y una gran pantalla con visión nocturna, permitiendo ver y escuchar lo que ocurre en la habitación de los niños. El 'PV530 Audio Plus' se activa con el sonido y cuenta con pantalla digital con reloj, luz nocturna y control de voz para poder comunicarse con los niños. También tiene función de vibración, sistema de control de clima y melodías. Y el último modelo es un monitor de audio económico, con gran calidad de sonido. Se activa con el ruido, tiene control de voz y cuenta con un rango de alcance de 300 metros en el exterior y 50 en el interior.

Alfa Hogar también centra la atención en los lanzamientos de sus productos de puericultura, como "el calentabiberones 'BBWarm', el primer calentabiberones plegable y portátil del mercado; y

TRISTAR

La mejor forma de disfrutar cocinando



Máquina para hacer donuts

- 7 donuts por sesión - Termostato
- Recubrimiento antiadherente
 - Termostato regulable



Máquina para hacer cake pops

- 12 cake pops por sesión - Carcasa color plata
- Incluye 50 palillos
 - Tenedor



Gofrera de acero inox

- 2 gofres por sesión - Carcasa de acero inox
- Gofrera
 - Recubrimiento antiadherente



Máquina para hacer brownie

- 6 brownies por sesión - Carcasa color plata
- Espátulas
 - Carcasa plateada



Máquina para hacer madalenas

- 4 madalenas por sesión - Carcasa de acero inox
- Carcasa plateado
 - Placa de la cup cake

Fondue de chocolate

- 3 funciones - 4 tenedores y 24 plitos
- Carcasa de plástico
 - Función de fundido
 - Función mantenimiento de calor



Máquina para hacer tartas

- 2 tartas por sesión - Carcasa de acero inox
- Apto para platos dulces y salados, tales como bollos, pasteles y tartas
 - Carcasa de plástico





FOTO: RUSSELL HOBBS

el esterilizador ‘BBSterilize’, que esteriliza mediante vapor chupetes, biberones y otros accesorios infantiles de manera sencilla y limpia”, según se explica desde la compañía.

También en la gama de salud, Scyse ha presentado de cara a la Navidad la nueva línea de respaldos de masaje HoMedics ‘SGM-425’, con tecnología ‘Gel’. Dicha marca también ha lanzado la depiladora ‘ME Elos Quartz’, “única en el mercado que incorpora la tecnología IPL y la depilación por radiofrecuencia, válida para cualquier tipo de piel -incluso tonos oscuros- y con accesorios de rasuración y epilación para facilitar el tratamiento”, se especifica desde Scyse. Asimismo, en aparatología de belleza femenina, HoMedics presenta una línea completa de productos licenciados por la modelo Elle McPherson, que incluye productos de pedicura, manicura, spa de pies, anticelulíticos y exfoliantes. Scyse apoyará la venta de estos productos con material en punto de venta para facilitar la comunicación en la tienda, instalando sillones demo y displays DVD explicativos de la tecnología y el producto.

FOTO: ALFA



FOTO: BSH

PAE DE HOGAR Y COCINA

Aunque este tipo de PAE tiene menos ‘glamour’ como regalo que el de cuidado personal, se trata de productos de gran utilidad y que, además, sirven para hacer ciertas tareas más llevaderas y ahorrar tiempo. ¿Y hay mejor regalo que poder aprovechar nuestro tiempo en aquello que deseamos y no en las tareas del hogar? Por eso, esta época también es muy propicia para los regalos relacionados con el hogar y la cocina, bien se trate de reposición o de nuevo equipamiento. Repasamos aquellos aparatos más destacados en esta temporada del año.

Aspiradores. Casi todos los hogares cuentan un aspirador de trineo para ayudar en las tareas de limpieza. Así, la venta se dirigirá hacia la reposición con aparatos que mejoren aspectos como rendimiento, manejo y maniobrabilidad, o la adquisición de equipos complementarios, como los aspiradores escoba, de mano o robots aspiradores.

En especial, quizá sea el robot el producto más atractivo en estas fechas, al tratarse de un aparato de elevado precio y cuya compra tal vez haya aplazado el consumidor, con el fin de hacerse esta concesión en Navidad.

Centros de planchado. Son unos aliados ideales para facilitar el planchado y lograr un resultado casi profesional. Es una de las tareas más tediosas, por lo que cualquier ayuda para reducir el tiempo destinado a esta labor siempre será bien recibida, así que son regalos muy apreciados. No obstante, cabe señalar que ya tuvieron su ‘boom’ en las Navidades de los dos últimos años.

Calefactores. La época invernal supone el punto álgido de la venta de equipos calefactores, ya hablemos de equipos de ventilación, convección, cerámica o halógenos. Quizá sean productos sin tanto atractivo como regalo navideño. No obstante, los equipos sin aspas son mucho más sugerentes. Y su precio, bastante más elevado que el de otro tipo de soluciones de calefacción, hace que la Navidad sea un buen momento para su adquisición.

Máquinas de coser. Aunque es un producto muy tradicional, la crisis y el impacto de una exitosa serie de televisión están influyendo en las ventas de estos equipos. Pueden ser un buen regalo en estas fechas.

Batidoras y procesadores de alimentos. Con el impulso de algunos programas de cocina que podemos ver en televisión, este tipo de productos quizá vea un repunte de ventas en esta Navidad. Además de las clásicas batidoras de brazo, más orientadas a reposición, las batidoras de amasar, las batidoras de vaso y los robots de cocina se perfilan como algunos de los artículos más interesantes en esta campaña.

Planchas de asar. Son un regalo siempre interesante. Estas fechas invitan a la reunión casera con familiares y amigos, por lo que a buen seguro

BLU:sens

LA GRAN MARCA ESPAÑOLA DE TECNOLOGÍA

Estamos presentes en más de 30 países.

Descubre por qué en:

facebook.com/Blusens

@Blusens

blusens.com

SMART **WEB TV LITE**
 CONVIERTE TU TV EN UNA SMART TV
 CON APLICACIONES Y ACTUALIZACIONES GRATUITAS



Wifi/n
 Alta Velocidad

HDMI
 FULL HD
 1080p

Navegador
 internet libre

Comparte
 contenido

Series y películas
 Online

2 puerto
 USB



MP3/MP4/MP5

TABLETS 7", 8", 9", 9.7" Y 10.1"

LED SMART TV

WEB:TV SMART TV

DISCOS DUROS

ACCESORIOS



FOTO: ELECTROLUX

que están en el punto de mira de muchos posibles compradores. En el mercado disponemos tanto de planchas multifunción (grill-piedra-raclette, grill-crêpes-raclette) o planchas de asar cerámicas.

Cafeteras exprés. Las cafeteras monodosis están llamadas a desempeñar un papel destacado dentro de esta categoría de producto en estas Navidades. Pero no debemos olvidarnos de otros productos como las cafeteras exprés tradicionales, donde encontramos equipos semiprofesionales, capaces de generar una gran presión de vapor, para obtener unos cafés que en nada tienen que envidiar a los que podemos degustar en cualquier establecimiento hostelero. Por otro lado, el universo de la cafetera es enorme. Quien ya dispone de uno de estos aparatos quizá aproveche la Navidad para adquirir algún producto complementario, como molinillo de café eléctrico, calentador de tazas, enfriadora de leche, espumadora de leche, etc.

Kits de desayuno. Estas fechas suponen una buena oportunidad para adquirir ‘básicos’ como cafetera, exprimidor y tostadora. Y los kits son una opción excelente para jóvenes que equipan su hogar o para aquellos que deseen sustituir los aparatos que ya tienen por otros con mejores prestaciones. También es la oportunidad para cambiar aquellos que han ido comprando poco a poco y con diferente estilos por un conjunto más homogéneo y acorde con el diseño de su cocina.

Envasadoras. En un momento como el actual, en el que cada vez más gente decide llevar el ‘tupper’ al trabajo, estos productos cobran mayor protagonismo. Además de poder llevarnos la comida de casa, estos aparatos permiten conservar los platos preparados y los alimentos durante más tiempo. Hasta hace poco, eran productos muy poco habituales en el lineal de la tienda de electrodomésticos, pero van penetrando poco a poco.

“Para reforzar las ventas, los fabricantes apuestan en gran medida por el lanzamiento de nuevos productos y promociones especiales...”

Jata también confía en los lanzamientos en esta Navidad, que se concretan en la cocina al vapor ‘CV200’, la plancha de asar de terracota ‘GR559’. Además, la compañía va a potenciar su comunicación con una campaña en medios, promoción de productos en punto de venta con displays y envío de ‘sales folders’ a sus clientes. “La campaña se centrará sobre todo en televisión, en los grupos Mediaset y Atresmedia, del 21 de noviembre al 5 de enero. Emitiremos dos spots diferentes. Uno de ellos, protagonizado por la periodista María Patiño. Ambos spots hablarán sobre la cocina sana y saludable que podemos preparar tanto con la cocina al vapor como con la plancha de asar. En prensa especializada también haremos alguna inserción. El ‘sales folder’ informa sobre la duración de la campaña de TV, canales de emisión, número de impactos, etc., así como información sobre los productos anunciados y temática de los spots”, indica la compañía.

Taurus deposita sus mayores expectativas para estas fechas en la nueva gama de productos para repostería ‘Fun Cooking’ y el robot de cocina por inducción ‘Mycook’. Para impulsar éste último, la firma está desarrollando una campaña con el cocinero Alberto Chicote como imagen, bajo el eslogan ‘A Chicote se le va a ir la olla’. La campaña integral planteada por Taurus contempla publicidad en diferentes soportes online y televisión y una serie de vídeos virales, con un primer vídeo falso y su posterior resolución mediante distintas “recetas que se te va la olla”, llevadas a cabo por el propio cocinero. El programa ‘Top Chef’ de Antena3 es la plataforma donde se emitirán las diferentes telepromociones, en las que Chicote mostrará el funcionamiento de ‘Mycook’ elaborando recetas. Además, el dispositivo tiene un protagonismo destacado en dicho programa como herramienta para los concursantes. Asimismo, se está

FOTO: ALFA



desarrollando un concurso online en el ‘site’ www.setevairlaolla.com, donde se pueden proponer las mejores “idas de olla”, que culminarán con una clase magistral impartida por el cocinero a los ganadores.

Electrolux también cuenta con una promoción vinculada al citado ‘talent show’. La firma colabora con el programa aportando los electrodomésticos que utilizan los concursantes para la elaboración de todos los platos. “Estas Navidades, los clientes se podrán beneficiar de una promoción consistente en el 15% de descuento en el momento de compra sobre el precio de la batidora de brazo ‘Ultramix/PRO’, las batidoras ‘EasyCompact’ -de vaso y de repostería- y el procesador de alimentos. La oferta será válida hasta el 31 de diciembre de 2013”, precisa la empresa.

En el caso de Russell Hobbs, el esfuerzo en la campaña navideña se centrará en los lanzamientos. La marca ha presentado la gama de desayuno ‘Easy’, que incluye tostadora -con compartimentos especiales para mantener el calor y diseño posterior



FOTO: JATA



FOTO: RUSSELL HOBBS

plano para ahorrar espacio-, cafetera de goteo -con opción de preparar desde 2 ó 4 tazas de café hasta la jarra entera con la cantidad de agua y café adecuada para obtener la intensidad correcta- y hervidor de agua -que permite hervir la cantidad exacta de agua de forma rápida y ahorrando energía, incluso para una sola taza de té-.

Alfa Hogar destaca el lanzamiento de nuevas gamas de envasado. Por ejemplo, la empresa ha presentado los

kits ‘Split’ y ‘Box’, “ideados para las necesidades de los diferentes perfiles de familia, singles, etc. Son dos kits que permiten cocinar y conservar los platos y alimentos por mucho más tiempo, llevar la comida a la oficina, al campo, a la playa, al colegio...”, se explica desde la empresa. Y también encaja en este ámbito su envasadora al vacío ‘Roll’, sistema que incorpora un rollo integrado que permite elegir el largo que mejor se adapta a cada tipo de alimento. No va a realizar

SIENTA EL CONTROL DE SU RUTA COMO NUNCA ANTES



EL NUEVO
TomTom
GO

Para más información visite
www.tomtom.com





FOTO: ENERGY SISTEM

acciones adicionales de cara a la Navidad, pero afirma que hará un esfuerzo especial en la comunicación de productos durante esta campaña, confiando también en el apoyo que ofrecen sus páginas en Facebook.

Foodsaver, una de las cuatro enseñas que Jarden Consumer posee en España, también ha lanzado la envasadora 'V3840'. Además, la compañía ha presentado varios productos con la marca Oster, como sus nuevas batidoras de brazo -tres modelos de 800 W de potencia-, una amasadora -doble motor y 500 W de potencia- y varias batidoras de vaso. Asimismo, con la enseña Breiville ha presentado tostadores y hervidores para la preparación de té y otras infusiones. Y con Bionaire ha puesto en el mercado el nuevo calefactor 'BCH 9300', una torre cerámica de diseño con mando a distancia, 2.500 W de potencia. Respecto a las acciones para impulsar sus ventas en estas fechas, Enrique Yeste, Iberia Marketing Manager de Jarden Consumer, explica que la empresa apuesta por la "participación con productos de alta rotación en los diferentes planes promocionales de nuestros clientes, potenciándolos con acciones en social media, campañas en diferentes medios impresos del sector, demostraciones en punto de venta y materiales PLV específicos. Por ejemplo, con Foodsaver estamos implantando unos displays interactivos con el objetivo de proporcionar al usuario el máximo de información posible de una manera atractiva y poco intrusiva".

Por su parte, Braun centrará sus esfuerzos en la campaña de Navidad en la nueva 'Minipimer 7'. Su principal innovación es la inclusión del regulador de velocidad automática 'Smart Speed', un botón basado en un sensor de fuerza, con el que podemos medir la intensidad de batido. Desde finales de noviembre, y a lo largo de todo el mes de diciembre, la marca está apostando por una campaña en televisión y medios online. La planificación contempla una gran presencia de productos y marca en las webs con mayor difusión del sector gastronómico. Además, se ofrecen dos spots en dos formatos (10 y 20 segundos) en los los canales de mayor audiencia nacional. En los últimos segundos de estos anuncios se informa al consumidor de la promoción que Braun inició

"Sin duda alguna, los productos 'estrella' para estas Navidades son los dispositivos portátiles, por varios motivos...porque tienen un precio más reducido, y porque son productos que podemos llevar a todas partes..."



FOTO: DYSON

el pasado mes de octubre, que permite al cliente probar el producto durante 100 días, devolviendo el dinero si no queda satisfecho. Cabe recordar también que la campaña de comunicación de 'Minipimer 7' comenzó con la presentación de la batidora en un marco tan destacado como el museo MACBA de Barcelona.

En la familia de PAE de hogar también hay acciones relevantes de cara a la Navidad. “En Electrolux nos estamos preparando para la campaña navideña con mucho optimismo. Dentro del área de aspiración, tenemos novedades importantes relacionadas con la gama ‘UltraCollection’, que suponen el tándem perfecto entre producto y calidad y un servicio exclusivo para los clientes. Se trata de una gama cuya principal novedad es que la compra de cualquiera de sus productos lleva asociado automáticamente el acceso a un servicio premium, gracias al cual el cliente puede beneficiarse de ventajas exclusivas como la garantía ampliada a 5 años o la atención personalizada con asesoramiento integral. Por otro lado, contará con un servicio técnico que lleva asociado una sustitución del aparato por otro igual o de gama superior. Este servicio brinda a los clientes la oportunidad de disfrutar de la mejor experiencia con la marca gracias a un servicio personalizado y único en el mercado de aspiración”, se explica desde la compañía. Para disfrutar de estos servicios, los clientes deben darse de alta en la página web de Electrolux Premium Club (www.electroluxpremiumclub.com). “Se trata de un ‘site’ creado en exclusiva para los clientes que compren alguno de los productos de la gama ‘UltraCollection’ y supone el punto de encuentro con la marca”, se especifica.

Entre las referencias de esta gama, las familias 'UltraOne' y 'UltraCaptive' van a tener especial protagonismo en esta Navidad. "Acabamos de anunciar la renovación de la familia de aspiradores

con bolsa 'UltraOne', mediante el diseño de tres modelos que incorporan más de 40 mejoras en aspectos tan esenciales para los consumidores como el rendimiento, el manejo y la maniobrabilidad. Gracias a este proceso de cambio, los modelos de la nueva familia ofrecen unos resultados de limpieza excelentes y una maniobrabilidad superior, conservando un nivel de silencio extremo. Dichas mejoras han permitido que la familia 'UltraOne' perfeccione al máximo el flujo de aire, la potencia de succión y la recogida de suciedad", indica Electrolux. Esta gama de aspiradores se compone de tres modelos, que sustituirán a los ya existentes. "El modelo más alto de gama es 'Power Clean', que se distingue del resto por incorporar el cepillo 'AeroPro' motorizado y la empuñadura 'AeroPro Ergo' con control remoto y función auto. Por su parte, 'UltraOne Animal Care', en color blanco hielo, cuenta con la bolsa 's-bag' antiolor especial para mascotas, así como con el cepillo 'AeroPro Mini Turbo', especial para eliminar el pelo de los animales. Por último, 'UltraOne Origin', en un alegre color rojo sandía, también cuenta con el cepillo 'AeroPro Extreme', además de la empuñadura 'AeroPro' clásica y el accesorio integrado bajo la carcasa 'AeroPro 3 en 1", se precisa. Por lo que respecta a la 'UltraCaptive', Electrolux señala que "ha sido el lanzamiento más importante del año". Según se explica, se trata de "un aspirador sin bolsa multiciclónico que resulta mucho más higiénico y fácil de vaciar que los aspiradores sin bolsa tradicionales, que son



FOTO: GIGASET

eficientes y sencillos de utilizar hasta que llega el momento de vaciar el depósito. La principal novedad que incorpora es la función 'Compact & Go', que compacta la suciedad en tres sencillos pasos antes de vaciar el depósito. Con esta nueva tecnología se evita que polvo y suciedad se esparzan por el hogar al vaciar el depósito, como ocurre con otros aspiradores sin bolsa. La suciedad, gracias a esta tecnología, se compacta, de forma que el vaciado del depósito es mucho más fácil e "higiénico".

En cuanto a las acciones para impulsar las ventas, el fabricante señala que “Electrolux Premium Club supone una herramienta fundamental para vertebrar las principales promociones que se están llevando a cabo”. Así, la compañía articula a través del citado ‘site’ la promoción navideña de su nueva gama ‘UltraCollection’, que consiste en que el cliente podrá recuperar 50 euros por la compra de un aspirador de la gama. Esta promoción se puede encontrar en todos los puntos de venta.

BSH también hará hincapié en la gama de aspiración. La compañía destaca el lanzamiento del aspirador sin bolsa Bosch 'Relaxx' Prosilence 66 db' ('GS50 66 db'), "el aspirador sin bolsa más silencioso del mercado", asegura García de Jalón. Esta presentación se reforzará con 100 días de prueba gratis. "Si no queda satisfecho, devolvemos el dinero", afirma. Además, en el presente mes de diciembre ha comenzado a difundirse un spot televisivo. Y Bosch también ha presentado la plancha de vapor 'TDA70', apoyada con telepromociones de su gama de planchado en los programas de televisión 'Pasapalabra' y '¡Ahora caigo!' desde el pasado 21 de octubre.

ELECTRÓNICA, INFORMÁTICA, TELEFONÍA Y FOTOGRAFÍA

Estas familias quizá sean las más atractivas de la tienda y las que más tráfico generan. Los productos de estas gama suelen ser especialmente apreciados por los usuarios, de modo que la Navidad es la ocasión perfecta para adquirir nuevos aparatos o renovar los que ya tienen. Además, hay que anotar que se trata de familias tradicionalmente separadas pero que en los últimos años han convergido muy claramente. Por ejemplo, la confluencia de informática y telefonía queda patente en tablets y smartphones. Hoy en día, los móviles son auténticos ordenadores de bolsillo y las diferencias respecto a una tablet son prácticamente inapreciables. Incluso se ha roto esa barrera con los phablets, a mitad de camino entre ambos productos. Y este universo de productos es uno de las más dinámicos, con continuas novedades que hacen que nuestros dispositivos queden obsoletos en muy poco tiempo, por lo que es previsible que la Navidad sea una buena época para las ventas. Por otro lado, todos nos hemos acostumbrado a usar los móviles y tablets como cámaras de fotos. Incluso algún fabricante ha puesto en el mercado cámaras con sistema Android. Así, la convergencia entre fotografía, informática y telefonía también es una realidad. Y la llegada de los Smart TV también ha introducido el entorno Android en los televisores, haciendo que el círculo se cierre.

Así pues, todos los dispositivos que se engloban bajo este conjunto de categorías, tan interrelacionadas, están llamados a ser auténticos protagonistas en esta Navidad. “Sin duda alguna, los productos ‘estrella’ para estas Navidades son los dispositivos portátiles, por varios motivos. En primer lugar, porque tienen un precio más reducido y eso los convierte en los regalos perfectos. Y en segundo lugar, porque son productos que podemos llevar a todas partes y se convierten en un reflejo de nuestra personalidad. Pero también hay un grupo de consumidores que siguen buscando tener lo último y no renunciar a la calidad. Éstos buscan un producto más exclusivo, que les permita disfrutar del ocio en casa. Para ellos, el producto ‘estrella’ serán los televisores de grandes pantallas”, se explica desde Sony.



CARDIOCOMPACT

Tensiómetro de brazo con despertador



VitaDock®
APPCONNECT

De un toque de **color** en su vida,
la tecnología se une al **diseño**

Tensiómetro de brazo **MTP**

(edición color)



- Medición precisa de la tensión arterial
- Pantalla extra grande fácil de leer: sistole, diástole, pulso, fecha y hora
- Muy fácil de usar pulsando un solo botón



FOTO: PHILIPS

Televisores. Prácticamente todos los hogares de España cuentan ya con un televisor de pantalla plana. Sin embargo, esto no agota las posibilidades de venta, puesto que un gran número de los usuarios seguro que está pensando en cambiar su equipo. Habrá quien tiene un LCD antiguo sin TDT integrado y desee prescindir del sintonizador externo, quien tenga un LCD y prefiera un LED, quien disponga de un equipo sin TDT HD, quien quiera una pantalla de más pulgadas que la que tiene, quien quiera adquirir un Smart TV, quien busque un aparato 3D, quien quiera estar a la última y desee un televisor 4K.... Es un producto que evoluciona muy rápido, por lo que es normal que en pocos años nos intereseamos en la compra de un nuevo dispositivo.

Ordenadores. Hace ya bastante tiempo que la venta de portátiles superó a la de equipos de sobremesa. Sin embargo, la venta de notebooks se está viendo claramente perjudicada por el auge de las tablets. Aunque se trate de dos productos completamente diferentes y con usos muy distintos, lo cierto es que el éxito de las tablets en los últimos años está repercutiendo negativamente en la venta de laptops. Los fabricantes han reaccionado, ofreciendo algunos productos muy interesantes y que quizá tengan tirón de cara a la Navidad. Por un lado, cada vez hay más marcas que ofrecen dispositivos convertibles. Simplificando en la explicación, se trata de tablets que se pueden usar como un portátil convencional si se acoplan a una base-teclado, a modo de ‘dock station’. Otra posibilidad son los ‘all-in-one’, que aúnan CPU y monitor en un sólo dispositivo de sobremesa. Basta con enchufarlos a la red y conectar un teclado y un ratón -generalmente inalámbricos- para empezar a trabajar. E incluso algunos incorporan pantalla táctil. Son una solución práctica y muy estética para colocar en un dormitorio o en el salón, por ejemplo. O incluso en una oficina de cara al público. Y también merecen mención los ultrabook, evolución de los portátiles. Son equipos muy ligeros y delgados, pero con unas altas prestaciones y batería de larga duración. Cuando llegaron al mercado, su elevado precio disuadió

a muchos posibles compradores. Sin embargo, la bajada de precios puede convertirlos en un regalo espectacular.

Tablets. Como explica Energy Sistem, “en el último año, la venta de tablets se ha incrementado notablemente y, según las previsiones, lo seguirá haciendo este próximo año. Esta tendencia está llevando a los fabricantes de estos dispositivos a centrar todos sus esfuerzos en dotar de procesadores más potentes a sus dispositivos y de que dispongan de funcionalidades extra que permitan una movilidad total, tales como conectividad 3G, bluetooth, expansión de memoria, cámaras más potentes, etc.”. Así, esta Navidad seguiremos viendo clientes que compran su primera tablet, pero también muchos usuarios que van a por la segunda unidad para su hogar (para su pareja, para los hijos...), que adquieren un equipo con mejores prestaciones porque el suyo se le ha quedado ya ‘pequeño’ en sus capacidades (procesador, RAM, almacenamiento...) o porque quieren otro tamaño para dar un uso diferente y complementario, adquiriendo un dispositivo de 7” si ya tienen uno de 10”, o viceversa.

E-readers. Aunque estos dispositivos tuvieron su momento de auge hace algunos años, son imprescindibles para los más ávidos lectores. Aquellos que adquirieron uno de los primeros modelos que llegaron a España, seguro que estarán interesados en los nuevos equipos que van apareciendo, que mejoran la capacidad, ofrecen paso de página más rápido, manejo más sencillo a través de su pantalla táctil, pantallas con más resolución o conectividad mediante wi-fi, entre otras prestaciones. Una de las novedades más interesantes que han llegado en los últimos años ha

sido la tecnología de iluminación frontal, que no cansa la vista y permite leer incluso a oscuras.

Smartphones. La última novedad relevante es la llegada de la tecnología 4G, que ofrece mayor velocidad de conexión a internet. En cuanto al resto de características, hay terminales para satisfacer las necesidades de cualquier tipo de cliente: más caros o más económicos, de mayor o menor tamaño de pantalla, con una capacidad superior o inferior... Es difícil prever cuál será el segmento con mayor demanda en estas fechas. En cualquier caso, los estándares apuntan hacia equipos con pantallas IPS de 4” a 4,7”, con 1-2 GB de RAM, almacenamiento de 16-32 GB, procesador 1,2-1,7 GHz de doble o cuádruple núcleo y cámara de fotos a partir de 5 MP. Además, habrá que estar atentos al comportamiento que tienen esta Navidad los denominados phablets, una categoría híbrida entre teléfono y tablet. Los usuarios se han acostumbrado a smartphones que incorporan unas pantallas cada vez mayores, de modo que los terminales de 4”, 4,5” ó 4,7” son muy populares. Los fabricantes, atentos a esta tendencia, están apostando por equipos que van un paso más allá, con pantallas de 5” a 7”, que aúnan la portabilidad y conectividad de los teléfonos (realización de llamadas, 3G) y las ventajas que ofrece una pantalla mayor a la hora de navegar en internet, usar redes sociales o jugar a las aplicaciones. De hecho, este tipo de equipos ya supone una quinta parte de las ventas en todo el mundo. En cuanto al sistema operativo Android, la mayor parte de los dispositivos incorpora la versión 4.2 Jelly Bean, pero pronto irá llegando a los equipos la última versión, la 4.4 KitKat. Por otro lado, los usuarios cada vez son menos fieles a los proveedores de línea, por lo que la adquisición de terminales libres es una tendencia incipiente.

Relojes ‘inteligentes’. Es uno de los productos tecnológicos más novedosos, por lo que quizá



FOTO: SAGEMCOM

su momento llegue en las Navidades del próximo año. Por el momento, algunos fabricantes ya han presentado sus relojes ‘inteligentes’ que interactúan con nuestro smartphone mediante bluetooth, permitiendo hacer llamadas, leer nuestros mensajes, grabar voz, tomar fotos, etc.

Telefonía fija. El mercado de la telefonía fija es bastante maduro. Sin embargo, están llegando novedades que lo están dinamizando. Una vez que la tecnología DECT se ha asentado como estándar, los productos más atractivos para esta Navidad quizá sean los dispositivos que apuestan por el diseño, ya sean de corte moderno o clásico, con un toque ‘vintage’. Otra vertiente de evolución interesante de cara a la Navidad es aquella que equipara los terminales fijos con sus ‘hermanos’ los teléfonos móviles. Así, están llegando al mercado inalámbricos que incorporan pantalla táctil y que disponen del sistema Android, pudiendo disfrutar de todas las aplicaciones de Google Play Store.

Cámaras de fotos. Una vez que la cámara de fotos digital ha obtenido una penetración altísima en el mercado español, este segmento centra su interés en determinados productos. Uno de los dispositivos más demandados en los últimos tiempos son las cámaras digitales tipo ‘bridge’, a mitad de camino entre la compacta y la réflex. Es la opción ideal para los usuarios que quieren más calidad de imagen y zoom, que con una cámara compacta, pero no quieren un cámara tan voluminosa como una réflex y, sobre todo, no están dispuestos a pagar su precio. Por otro lado están las cámaras con sistema Android, cuyas ventajas van asociadas, esencialmente, a la posibilidad de compartir las fotos en redes sociales, tendencia en boga gracias a redes como Instagram, Twitter o Facebook. Y también hay que destacar novedades como las lentes externas que se acoplan a los smartphones, comunicándose a través de wi-fi. Gracias a estas lentes, podemos convertir cualquier smartphone en una cámara de altas prestaciones, con lente de calidad y gran resolución (18-20 MP) y zoom óptico (x10).

FOTO: NOKIA



Navegadores. El navegador GPS se ha convertido en una herramienta casi imprescindible en los viajes y son pocos los usuarios que no cuentan con uno de estos dispositivos. Por eso, lo más atractivo para los regalos navideños serán los aparatos más modernos, con pantallas de mayor tamaño y mejor calidad y que disponen de servicios de valor añadido, como los sistemas de información en directo acerca del estado del tráfico e incidencias.

Fundas y accesorios. Todos llevamos siempre con nosotros el móvil. Y muchos también van a todas partes con sus tablets y portátiles. Por eso, los fundas, skins y otros accesorios ‘power banks’ para recargar los dispositivos, ratones, etc.- son productos muy adecuados para regalar en estas fechas.

Sony confía el éxito de su campaña navideña a sus últimos lanzamientos. “Las cámaras tipo lente ‘QX’ son el regalo perfecto. Son la fusión entre la fotografía de calidad y los móviles. Estas cámaras, que se conectan al teléfono móvil -Android e iOS-, permiten sacar fotos con una calidad como nunca antes habíamos tenido, incluso con zoom x10. Otro producto ‘estrella’ será el ‘Reader’, nuestro ‘PRS-T3’, que permite una lectura más natural que los otros libros electrónicos, ya que el paso de páginas es muy rápido y la calidad de pantalla es, sin duda, una de las mejores del mercado. Además, cuenta con funda integrada y una pantalla más optimizada para que tengamos la pantalla más grande en el menor espacio. Las cámaras de fotos también serán productos muy importantes. La Navidad es fecha de regalos y, para aquellos que quieren un poco más, será la hora de poder cambiar a modelos que les ofrecen nuevas experiencias. Desde nuestras nuevas ‘A7’ y ‘A7R’, que son las primeras cámaras sin espejo pero ‘full frame’, a nuestra nueva ‘RX10’, que permite disfrutar de un zoom sin igual en una cámara compacta con una lente superluminosa. Pero no podemos olvidar que también pasamos mucho rato en casa y que lo que queremos es disfrutar de grandes pantallas. La tecnología 4K ha llegado para quedarse y para que podamos disfrutar de una resolución 4 veces superior a la del Full HD, permitiendo pantallas muy grandes”, indica Sony. Y la compañía ofrece más novedades. “Contamos con otros productos que acabamos de lanzar o están a punto de salir al mercado, como el ‘VAIO tap 11’, que está llamado a ser el



FOTO: GIGASET

formato definitivo para ordenadores convertibles. Y también disponemos de nuestro nuevo televisor de 65” de la serie ‘W8’, perfecto para ese perfil de usuarios que quiere una tele más grande. En un mercado que cae, el segmento de las grandes pantallas está experimentando crecimientos de dos cifras respecto al año pasado. Es una gran oportunidad para el canal disponer de este tipo de producto”, se apunta.

En cuanto a las acciones de apoyo, la compañía señala que la clave de las promociones se encuentra en la fusión entre el televisor y el teléfono móvil. “En Sony apostamos por los televisores inteligentes, en los que el ‘cerebro’ es el teléfono y, gracias a la tecnología ‘one touch mirroring’, podemos disfrutar de un duplicado de nuestro teléfono en la pantalla de nuestra tele. Así, seguimos usando el teléfono, que es lo más cómodo, pero en nuestro televisor. Podemos disfrutar de la navegación por internet, del uso de redes sociales o compartir fotos con toda la familia y amigos, igual que si lo hiciéramos en nuestro teléfono, pero en una pantalla de hasta a 65”. Por este motivo, la promoción que vamos a tener para el canal es que por la compra de un televisor, el cliente se lleva un smatphone ‘Xperia’ de regalo. Sin duda, es una promoción muy potente, porque además permite a las tiendas demostrar el producto y así establecer una conversación con el cliente que facilite la venta. Es una venta de alta rentabilidad para el canal y, lo más importante, de valor añadido. Es una venta que nos asegura que el cliente se irá contento porque se lleva un conjunto de productos de muy buena calidad que satisfará sus necesidades. Además, dispondremos de kits de fotografía, de tal forma que en cuanto salimos de la tienda ya podemos comenzar a hacer fotos. Este conjunto estará formado por nuestra cámara compacta ‘W730’ más una bolsa de viaje y tarjeta SD para almacenar las fotos”, especifica el fabricante.

Todos estos lanzamientos y promociones se van a respaldar con acciones de comunicación. “Para que este producto sea visible, se va a trabajar para preparar material para el punto de venta y, sobre todo, va a haber campañas no convencionales en



FOTO: PELI

televisión y en redes sociales, que van a permitir una gran visibilidad del producto: televisores 4k, cámaras 'QX', el libro electrónico 'Reader' -ya ha comenzado la campaña de exteriores-, el portátil 'VAIO' y los auriculares ", se anota.

Lenovo también apuesta por los nuevos productos. Los últimos lanzamientos, presentados en septiembre en la feria IFA de Berlín, están llamados a ser los protagonistas de la firma esta Navidad. Destacan los multimodos 'Yoga 2 Pro' -13,3"- y el 'Think Pad Yoga' -12,5"-. Ambos disponen de cuatro modos, ya que se pueden rotar y doblar hasta 360º para utilizarlos como tablets, portátil, atril o soporte. Además, la compañía hace hincapié en sus últimos portátiles duales. "Potenciaremos los ordenadores 'Flex 14/15' y 'Flex 20', una auténtica máquina de juegos multipersonal, gracias a su gran pantalla HD (1600x900 píxeles) de 19,5" sin marco y tecnología IPS con ángulo de 90º. También destaca el 'A10', un ultraportátil con Android, con pantalla táctil HD de 10,1" y batería delgada y ligera de alto rendimiento, todo ello a un precio muy asequible. En cuanto al mercado de tablets, la 'S5000' es una de las más delgadas del mercado, con un grosor de sólo 7,9 mm y un peso de 246 gramos. De igual forma. acabamos de lanzar la nueva tablet 'Miix2' de 8", un dispositivo que combina grandes prestaciones junto a un excelente rendimiento y productividad. Y no podemos olvidarnos de nuestra familia de 'all-in-ones', con el 'A730' -con la pantalla de 27" más plana del mundo- y el 'C540', que combinan diseño y potencia para ahorrar espacio y olvidarnos de cables y periféricos", apunta el fabricante.

Estos lanzamientos vienen acompañados de acciones para reforzar la venta en Navidad. "Durante esta campaña, se han instalado distintos SIS en las zonas de informática de los principales centros de El Corte Inglés, como el de Callao o del Paseo de la Castellana en Madrid", se explica. También se está

prestando especial atención a las redes sociales. "Desde junio de 2013, hemos organizado de forma continua concursos entre nuestros seguidores en Facebook y Twitter, además de generar contenidos diarios y promover la participación en la 'comunidad Lenovo'. En tan sólo cuatro meses, hemos conseguido 12.000 usuarios en Facebook y más de 700 nuevos followers en Twitter. De igual forma, durante el mes de octubre se ha lanzado una campaña de promoción en redes sociales, en colaboración con el programa 'Levántate y Cárdenas' de Europa FM".

Energy Sistem también tienen novedades de cara a la Navidad. Lanzará dos nuevos modelos de tablets de 7" y 8", con conectividad 3G, GPS, bluetooth y wi-fi, "El 'Energy Tablet x7 Quad 3G' y el 'Energy Tablet i8 Quad 3G' son ideales para las personas que necesitan realizar llamadas telefónicas y conectarse a internet en cualquier lugar sin necesidad de conexión wi-fi. Entre las características comunes que comparten los nuevos Energy Tablet 3G destacan, además de las ya mencionadas, su procesador de cuatro núcleos, la pantalla IPS de gran calidad y la cámara trasera de 5 MP con autofocus, que permite capturar imágenes con gran nitidez", puntualiza la empresa.

Estos lanzamiento contarán con apoyo promocional y de comunicación. "Con el propósito de presentar a los consumidores el contenido de un modo más visual y que puedan encontrar fácilmente aquello que buscan, hemos renovado la estética de nuestra web de cara a la campaña de Navidad. Un cambio para adaptar nuestro 'site' a las nuevas tendencias del diseño y la navegación web y ofrecer así una experiencia más satisfactoria al usuario centrada no tanto en las características técnicas de los productos sino en los beneficios que genera el uso de los productos Energy. Además, para tratar que los usuarios se anticipen a sus compras navideñas, este año participaremos en el ya conocido como 'Black

Friday', con descuentos especiales para que los usuarios tengan la posibilidad de adquirir con anterioridad los productos que más deseen".

La marca también contará con refuerzo en el punto de venta. "Para Energy Sistem, la presentación de los productos y el impacto que éstos generan en el punto de venta es muy importante. Pensamos que no existen las 'segundas primeras impresiones', y por ello cuidamos hasta el más mínimo detalle en la exposición de los mismos. Hemos desarrollado una línea de PLV en la que campaña y producto conviven para ofrecer al usuario la experiencia que genera el uso de un producto Energy. Y contamos con muebles y expositores adaptados a nuestros productos estrella, con los que cautivar a nuestro público en el punto de venta", se afirma. Asimismo, la enseña apuesta por la presencia en medios de comunicación y la publicidad. Dispondrá de anuncios en televisión, publicidad en medios impresos, vallas en exterior, cuñas en radio y formatos en el medio online. "Estamos preparando una potente campaña 360", que esté presente en los medios afines a nuestro 'target', ya que pensamos que es imprescindible estar allí donde nuestro consumidor se encuentre". Y todo ello sin olvidar las redes sociales. "Para nosotros, la cercanía con el público es importante. Sabemos que nuestros seguidores se mueven en medios inmediatos y que para conectar con ellos, y escuchar lo que tienen que decir, tenemos que estar presentes en los canales de comunicación que ellos utilizan en su día a día. Las redes sociales se han convertido en ese canal y gracias a un uso efectivo de ellas hemos conseguido sobrepasar los 500.000 seguidores en Facebook. A través de esta red, no sólo atendemos las consultas que los usuarios nos hacen llegar, sino que además lanzamos concursos, sorteos y contenido de entretenimiento que sea de utilidad para ellos. Un diálogo de tú a tú con los consumidores que pretende generar experiencias que favorezcan el diálogo con el usuario y lo haga partícipe



FOTO: BLUSENS

de todo el proceso, desde la elección del color de los productos hasta ser los protagonistas de las campañas de marketing que realizamos".

Samsung dispone de novedades navideñas en todas las gamas de productos. En audio e imagen, destaca el lanzamiento de los televisores 'F9000' y 'F8000' y el home cinema Blu-ray 'HT-F9750W'. En el ámbito de las tecnologías de la información, la compañía ha presentado el monitor LED 'S24C750P', la impresora 'C460 W' y el portátil 'ATIV Book Lite 9'. En telecomunicaciones, las novedades son el phablet 'Galaxy Note 3' y el complemento 'Galaxy Gear' (dispositivo de muñeca), las tablets 'Galaxy Note 10.1 - 2014 Edition' y 'Galaxy Tab 3-8"' y el smartphone 'Galaxy S4 Zoom'. Y en fotografía, Samsung ha presentado las cámaras 'NX2000' y 'Galaxy NX'.

En el caso de la marca BQ, las 'estrellas' de la Navidad serán sus nuevos smartphones 'Aquaris 5 HD' y 'Aquaris 5,7', la tablet 'Elcano 2 Quad Core' y el e-reader 'Cervantes', además de la tablet 'Edison 2 Quad Core', presentada hace poco más de un mes. Para potenciar las ventas, la empresa ha optado por la publicidad online -banners publicitarios en webs especializadas del sector tecnológico- y publicidad en puntos de venta -decoración y publicidad en interiores y exteriores de las tiendas mediante lonas, cubrealarmas, rollers, etc.-. Además, la firma ha reforzado sus relaciones con prensa y bloggers, recurriendo a préstamo de dispositivos, realización de concursos en blogs y medios, aparición en entrevistas y reportajes y contacto cercano con periodistas y bloggers. Y respecto al usuario final, sigue potenciando un contacto constante y cercano, intensificando dicho contacto directo mediante mailings y newsletters informativas con sus novedades y promociones especiales, además de felicitar las fiestas en días como Navidad o Año Nuevo.

Blusens tiene previstas novedades en su gama de tablets, con los modelos 'Touch 102-QCIPSB-8GB' (10,1"), 'Touch 97-QCIPSRB-16GB Ultra HD' (9,7"), 'Touch 96-QCB-16GB' (9,7") o 'Touch 79-QCIPS-8GB' (7,85"), todos ellos con características comunes como el procesador Quad Core, sistema Android 4.2 Jelly Bean, 2 GB de RAM, doble cámara, HDMI Full HD o sus 25 GB gratuitos de almacenamiento en la nube 'Doctape', entre otras. Para apoyar la venta en tienda, los dispositivos van precargados con demos de producto para visionado en el establecimiento. Además, la compañía va a hacer una campaña de comunicación en 'social media', radio e inserciones en revistas del sector.

La oferta de Sagemcom de cara a la Navidad incluye dos nuevos proyectores -ambos bajo la marca Philips- y un teléfono DECT. El primero de los proyectores es el 'Philips Screeneo HDP 1590TV', que permite proyectar cualquier contenido multimedia, de televisión o internet, desde una distancia a la pared ultracorta (desde 10 cm). E

FOTO: TOMTOM



LED Lighting



Disfrute del color verdadero

Experimente el color real a su alrededor con los LEDs Verbatim. Gracias a su rendimiento del color superior a 95, estos LEDs direccionales PAR16 GU10 ofrecen la mejor iluminación de acentuación y ambiental.

- 6w, 220 lúmenes, repuesto para halógenos de 35w
- 8,5w, 310 lúmenes, repuesto para halógenos de 50w
- Regulable
- Disponible en blanco cálido. 2.700K
- Ahorro de energía: 85%
- Ángulo de apertura: 30°
- Larga duración: hasta 25 años*

*cálculo basado en 25.000 horas de vida operativa y 2,7 horas de encendido diario.

También disponible
 Classic A (GLS) | Vela | Mini Esférica | MR16 | AR111 | PAR16 | PAR30 | PAR38



Para obtener más información sobre la gama completa de LEDs Verbatim, por favor, visite: verbatim.com

Verbatim.
 Technology you can trust

Mitsubishi Chemical Holdings Group



FOTO: BRAUN

incluso imágenes 3D. Puede proyectar un tamaño de hasta 100" (254 cm) y ofrece un sonido de gran calidad gracias a los altavoces y subwoofer incluidos, creando un entorno de cine -Dolby Digital 2.1, 26 vatios-. El proyector integra sintonizador TDT y dispone de conexión wi-fi, DLNA, USB, HDMI y admite tarjetas SD. Se puede conectar a cualquier dispositivo -DVD, Blu-ray, set-top box, videoconsolas, servidores multimedia, llaves USB...-. Además, su sistema Android 4.2 incluye Miracast, permitiendo proyectar el contenido de tablets, laptops o smartphones mediante wi-fi. Asimismo, gracias a la conexión bluetooth y al reproductor MP4 incorporado, puede transmitir la música de cualquier dispositivo. El otro equipo es el 'Philips PicoPix 3410', que ofrece una calidad de imagen de 70 a 100 lúmenes, una resolución de 854x480 píxeles y una gran pantalla que puede ampliarse hasta 102" (305 cm). Incluye entrada HDMI, pudiendo conectarse a cualquier dispositivo. Además, cuenta con altavoces (1 vatio). Está diseñado para apoyar presentaciones profesionales, incluyendo la función 'Office Viewer', que permite reproducir todos los formatos -pdf, ppt/pptx, xls/xlsx, doc/docx- desde una memoria externa, un PC, una tablet o desde su memoria interna (4GB). Y también es una solución idónea para presentaciones con amigos y para compartir las fotos. En cuanto al nuevo teléfono, el 'Sagemcom DECT D750', se trata de un aparato de líneas puras y ángulos marcados, con acabados en metal y un original teclado en relieve. Además, dispone de una gran pantalla retroiluminada que facilita su uso, cuenta con un directorio de 50 contactos y tiene función de manos libres en el auricular para compartir conversaciones con la familia. En cuanto al apoyo a estos nuevos productos, Sagemcom destaca sus acciones de comunicación de estos lanzamientos, informando a los medios acerca de las características de los mismos y de su disponibilidad. Además, la compañía dispone de expositores en tienda, a la medida de cada producto.

Gigaset también trae varias novedades en telefonía fija esta Navidad. El lanzamiento más destacado es el 'SL930A', un inalámbrico táctil DECT con sistema operativo Android y con un diseño muy cuidado. Además, este aparato combina comunicación y entretenimiento gracias a la conexión wi-fi y al

sistema Android, con acceso a la Google Play Store y a todas sus aplicaciones, como redes sociales, juegos o Skype, entre otras. El teléfono tiene una memoria de 3 GB, ampliable con tarjetas SD hasta 32 GB, donde se puede almacenar música, vídeos e imágenes. Asimismo, cuenta con el modo de ahorro 'Eco DECT', que permite reducir tanto el nivel de radiación como el consumo. Y también equipa contestador y manos libres. Sus lanzamientos se completan con los modelos 'AS405' -de gama básica y de fácil uso, aunque altamente equipado-, 'E530' -con pantalla a color de 1,8" con 65.000 colores y de uso sencillo-, 'C620' -con teclas de acceso directo a las funciones 'baby-phone', protección de llamadas y 'no molestar' y gran pantalla a color TFT- y 'E630' -resistente al polvo, los golpes y el agua-. La compañía no realiza acciones específicas en Navidad, pero cuenta con perfil en Facebook, presenta sus novedades en su web (www.gigaset.com/es) y dispone de una extranet dedicada a sus partners, en la que pueden acceder a un curso de formación online completamente gratuito.

La telefonía, tanto residencial como móvil, también aporta novedades para Fonexión, junto a los auriculares y manos libres licenciados de FIGC (Federación Italiana de Fútbol). La compañía refuerza sus novedades con actuaciones en diversos ámbitos. “Como empresa B2B, nuestros esfuerzos se dirigen fundamentalmente al canal, mediante apoyo PLV en las tiendas de nuestros clientes y la participación en ferias y eventos internacionales del sector. También hemos patrocinado la ‘Milla de Berango’”, remarca José Gutiérrez, Marketing Director de Fonexión. Además, hace hincapié en la presentación de sus productos. “Nuestra mejor acción de PLV es nuestro packaging. El feedback que nos llega de nuestros clientes y la respuesta del público en las ferias internacionales es realmente abrumadora. Es diferente, ecológico y genera una mancha blanca en el lineal, donde lo que realmente destaca es el producto”. Por otra parte, aunque no habrá campaña específica en medios para Navidad, la compañía continuará con su actividad en las redes sociales. “Mantenemos una actitud muy proactiva y disponemos de personal ad hoc en el departamento de Marketing que gestiona nuestro blog, Facebook, Twitter y LinkedIn. Renovamos constantemente los contenidos y ofrecemos información sobre todas las novedades y actividades

en las que está involucrada la empresa. Y hay sorteos nuevos cada mes", explica.

Cirkuit Planet apuesta por el lanzamiento de su terminal 'MWG509Excite' para esta campaña navideña. Se trata de un smartphone con pantalla de 5" IPS, dual SIM, cámara trasera (8 MP) y delantera y Android 4.2.2. La compañía apoyará las ventas con la emisión de notas de prensa, comunicación en su web y campañas de e-mail marketing y en redes sociales. Además, al habitual apoyo a mayoristas y distribuidores con acciones mensuales, la empresa añadirá un refuerzo en Navidad.

En el caso de Nokia, el plato fuerte serán sus novedades en terminales y accesorios. Uno de los productos destacados es el 'Lumia 1020', cuya principal baza es su cámara de fotos. Se trata de un terminal con tecnología 'PureView', con sensores de 41 MP y óptica Carl Zeiss con seis lentes. Incorpora sistema Windows Phone 8, pantalla de 4,5" AMOLED, procesador 1,5 GHz Dual Core, 32 GB de almacenamiento y 2 GB de RAM. Además, para completar el regalo, Nokia ha presentado el accesorio 'Camera Grip', que protege el dispositivo e incorpora una empuñadura con botón disparador para facilitar la toma de fotos. Otros lanzamientos de cara a la Navidad son el 'Lumia 625' (Windows Phone 8, pantalla 4,7", 4G, cámara de 5 MP, almacenamiento 8 GB, RAM 512 MB, procesador 1,2 GHz Dual Core) o el 'Lumia 925' (Windows Phone 8, pantalla 4,5" AMOLED, cámara de 8,7 MP con óptica Carl Zeiss, almacenamiento 16 GB, RAM 1 GB, procesador 1,5 GHz Dual Core). La compañía, además del envío de notas de prensa y productos para la aparición en los bazares de los medios, irá poniendo en marcha diferentes acciones, que dará a conocer a través de sus canales sociales en Facebook y Twitter.

TomTom confía en el 'tirón' de sus últimas novedades para la Navidad. "Mantenemos la gama de nuestro último lanzamiento como producto 'estrella' para estas Navidades. Los nuevos 'TomTom GO' incluyen mapas 3D interactivos y actualizaciones y 'TomTom Traffic' -información del tráfico en tiempo real- gratuitos para toda la vida. La familia está disponible en pantallas de 4,3, 5 y 6 pulgadas", se indica. Además, se podrá elegir entre las opciones 'conectado a smartphone' o 'siempre conectado'. La primera consiste en disponer de 'TomTom Traffic' en el móvil mediante conexión bluetooth, de modo que el navegador está preparado para recibir información al conectarse por bluetooth al smartphone. Y 'siempre conectado' ofrece la posibilidad de disponer de 'TomTom Traffic' listo para navegar, sin costes adicionales de itinerancia. Aunque no se hará una campaña específica para estas fechas, la compañía afirma que "se hará foco en el punto de venta y habrá folletos puntuales con cada retailer".

Guadalupe Medrano, Country Manager de Tucano para España y Portugal, explica que “los pilares

fundamentales de la compañía de cara a estas Navidades son las fundas para las últimas tablets, como es el caso de los nuevos modelos de Samsung y del 'iPad Air' de Apple. De hecho, para este último dispositivo, acabamos de presentar dos nuevas fundas, 'Filo' y 'Angolo', diseñadas especialmente para él. Lo mismo ocurre en el sector de la telefonía, donde las 'estrellas' serán los nuevos 'iPhone 5C/CS' y el 'S4', para los cuales podemos ofrecer ya una amplia variedad de 'covers'. De un modo más concreto, destacamos la gama 'Tubi'. Se trata de una colección de Tucano dirigida a dar respuesta a la nueva generación de 'ciclistas digitales', usuarios que necesitan guardar y transportar numerosos dispositivos y accesorios de un modo cómodo, seguro y con estilo. Es una familia de bandoleras y mochilas donde un diseño ergonómico, de peso y dimensiones reducidas, materiales resistentes y facilidad de uso, deben cobrar un protagonismo especial". Estos nuevos productos se respaldan con una diversas actuaciones. "De cara a la campaña de Navidad, estamos presentando una serie de acciones promocionales que llevamos a cabo con nuestros retailers, y que están limitadas al periodo navideño, y a una serie de productos que consideramos clave para estas fechas. Además, haremos foco en la comunicación online, a través de nuestra web, de la de nuestros retailers más importantes y, por supuesto, apoyándonos en los 'social media', un

sector por el que nuestra compañía está apostando de un modo especial”.



FOTO: TAURUS

La marca de accesorios Peli hará hincapié en sus novedades esta Navidad. La compañía presenta la funda 'i1065 Hardback Case' -para 'iPad' 2, 3 y 4 y 'iPad Air'-, las fundas 'Protector' -Samsung Galaxy S4- y 'Vault' -Samsung Galaxy S4', 'iPad Air' y 'iPad Mini'- así como las linternas '2750' y '2720', para el sector 'outdoor'. Y a ellos hay que añadir el lanzamiento hace pocos meses de las fundas 'Protector' y 'Vault' para 'iPhone 5'. En estas fechas, la compañía reforzará su relación con los medios de comunicación. Por ejemplo, va a enviar a una selección de periodistas un kit con la funda 'i1065' para 'iPad'. Además, continuará con la comunicación en su blog corporativo y a través de todas las redes sociales en las que tiene presencia. Y realizará un sorteo de producto entre sus fans.

de cara a la Navidad son las fundas para smartphones y tablets 'madebyme'. Se trata de productos ideales para regalo, puesto que son fundas que se pueden personalizar con cualquier fotografía que el usuario desee. Sólo hay que elegir la foto y subirla a la web, colocar la imagen en la plantilla y en 5-10 días se recibe la funda en casa, sin gastos de envío, envuelta y lista para regalar.

También en el ámbito de la protección de dispositivos, la principal baza de Targus



Remington.es



Da un paso adelante con la NUEVA e innovadora gama HyperFlex de Remington, tres afeitadoras de alta calidad que proporcionan una experiencia de afeitado aún mejor.

La nueva tecnología **HyperFlex** combina cabezales flexibles con un innovador cabezal giratorio para lograr un afeitado apurado, rápido y delicado. La tecnología **Active Contour**, la doble pista de corte y la alimentación de litio garantizan resultados excelentes, tanto en el afeitado en seco o como en mojado.

Prepárate para
un mayor contacto

HyperFlex

Nuestra mejor tecnología de afeitado de todos los tiempos

REMINGTON®

How the world gets ready