

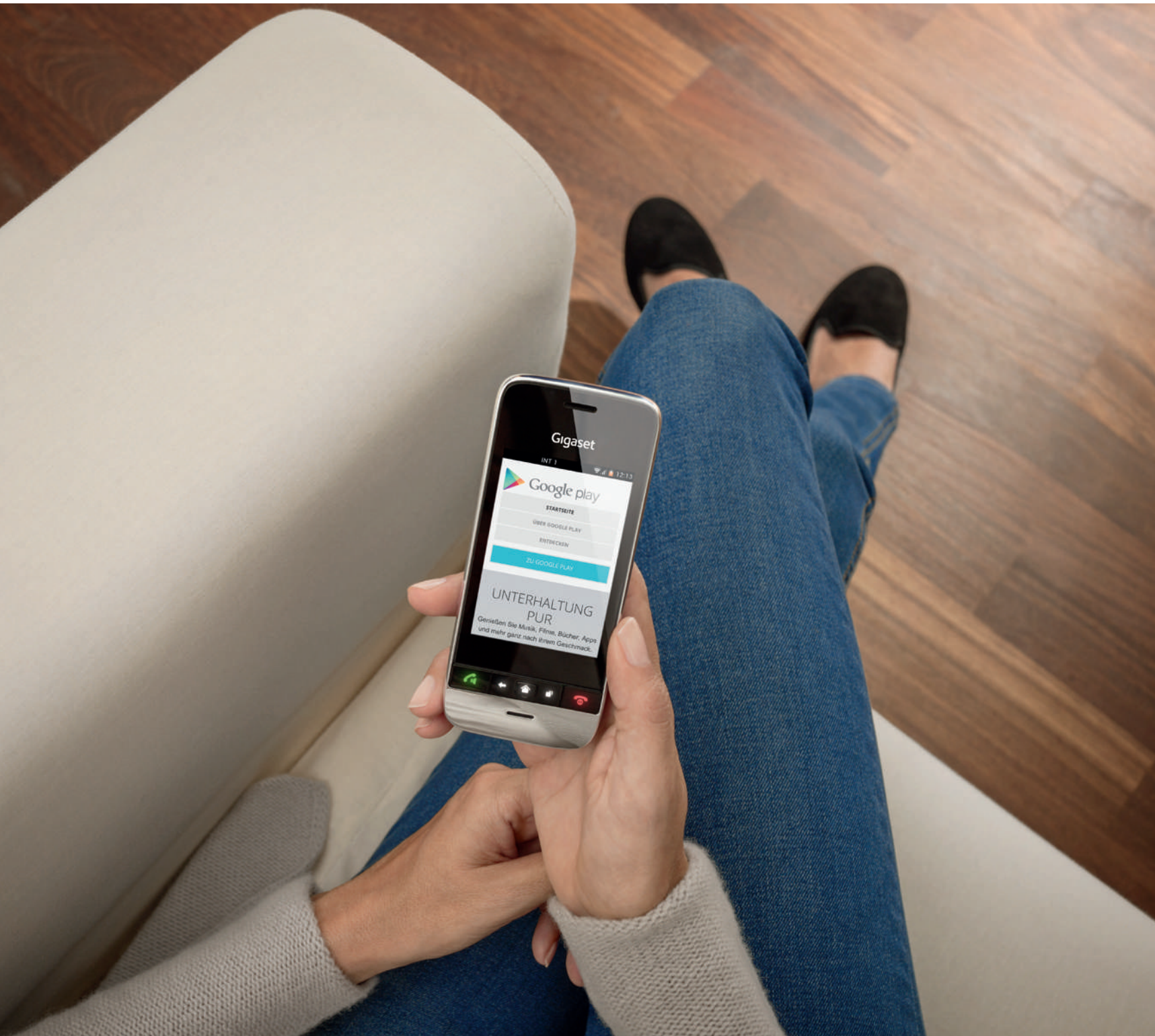


FOTO: GIGASET

# ‘Universo Android’

## Un mundo en la yema de los dedos

En el mercado encontramos todo un universo de productos que operan bajo el sistema operativo Android. El ‘boom’ de los smartphones y las tablets ha puesto este software en las manos de todo tipo de usuarios, desde los más básicos hasta los más avezados. La infinidad de aplicaciones disponibles y la homogeneidad de la experiencia, con independencia del dispositivo empleado, han contribuido decisivamente a la consolidación Android.

Según los datos recopilados por la consultora IDC, el sistema operativo Android estaba presente en el 81,5% de los smartphones vendidos en todo el mundo en 2014, frente al 14,8% que contaba con el iOS de Apple o el 2,7% con Windows Phone. Como vemos, el dominio de este sistema en los móviles es abrumador.

En el caso de las tablets, su dominio es menor, aunque va en aumento. Así, IDC adelanta que cerca del 63% del mercado de tablets incorporará el software desarrollado por Google en 2019. Según sus pronósticos, ganará cuota gracias a la pérdida de mercado del iPad, que dejará iOS con una presencia del 23% dentro de cuatro años. Además, la consultora considera que también crecerá la implantación de Windows, que se situará en el 14% en 2019. En el resto de dispositivos, la penetración de este sistema operativo es mucho menor, pero también resulta interesante ver cómo se va introduciendo en casi todo tipo de aparatos, como televisores, ordenadores, wearables, cámaras de fotos, etc.

La tienda de electrodomésticos no se puede quedar atrás, por lo que debe incorporar a su catálogo un buen surtido de productos del ‘universo Android’ e irse renovando para poder dar respuesta a la demanda de sus clientes. “El mercado de la electrónica de consumo tiene gran relevancia y experimenta cambios muy notables, marcados por los hábitos de consumo y compra de los individuos.

En este sentido, es imprescindible que las tiendas de electrodomésticos cuenten con la oferta más amplia y especializada posible, porque el usuario cada vez requiere de este tipo de productos con más asiduidad y busca, a su vez, que sean dispositivos que se adapten y personalicen a sus necesidades concretas. Esta variedad de marcas y gamas hará que el establecimiento sea capaz de satisfacer la demanda de un amplio abanico de clientes”, afirma Felipe Martín, Consejero Delegado de Gigaset Iberia.

Igualmente, Irene Manterola, Responsable de Comunicación de Wiko Mobile Iberia, reconoce que la gama de referencias que funcionan con este sistema operativo es muy importante para la tienda. “El hecho de que un establecimiento cuente siempre con una oferta adecuada de producto y precios actualizados y ajustados a las tendencias del mercado, tiene un impacto directo en la imagen de la tienda y, por ende, en el tráfico que ésta genera. Hay que destacar, además, que esta brecha es especialmente acusada al centrarse en el mercado de telefonía libre, ya que se considera el mercado de menor estacionalidad entre los de electrónica de consumo. En definitiva, una oferta adecuada permitirá al establecimiento cubrir con garantías las diferentes necesidades que tengan sus clientes potenciales y, por lo tanto, le permitirá traducir esa satisfacción en ventas. Es de vital importancia adecuar la oferta al perfil de comprador de cada tienda”.



FOTO: ENERGY SISTEM

Además, David Sicilia, Responsable de Marketing y Publicidad de Nevir, indica que “este rango de productos es fundamental en cualquier tienda, ayudando a generar un tráfico que también se puede traducir en ventas de otras familias. Por eso, el establecimiento tiene que ofrecer una gama completa, capaz de responder a la demanda de los clientes”.

Por su parte, Raúl Fernández, Product Manager de TV Tech, afirma que “el que el establecimiento tenga una oferta adecuada de productos Android lo acerca a un cliente que cada vez está más enterado de la tecnología, que se informa, lee y busca lo último en conectividad. Además, se están empezando a encontrar esta clase de productos en tiendas que hasta ahora no

eran especialistas y que están atrayendo a otro tipo de cliente objetivo”.

### ¿Por qué Android?

Android es una plataforma perteneciente a Google. Aunque Apple y su iOS fueron muy importantes en el desarrollo de este concepto de sistema operativo táctil e intuitivo, hay que reconocer que Android ha sido decisivo en la consolidación de esta manera de relacionarnos con la tecnología. El sistema de la empresa de Mountain View recoge muchas cosas de iOS, especialmente en lo referido a la experiencia de uso, pero se basa en Linux y es de código abierto y con licencia libre, de modo que los fabricantes pueden modificarlo para adaptarlo a sus dispositivos.

Además, este carácter abierto permite que los usuarios más expertos puedan diseñar versiones personalizadas. Hay una amplia comunidad de

FOTO: TOSHIBA





FOTO: ENGEL AXIL

‘cocineros’ que preparan este software no oficial y lo ponen a disposición de otros usuarios para que lo instalen en sus dispositivos si así lo desean. Conviene advertir que quienes deciden sustituir el software de fábrica por una de estas versiones alternativas lo hacen bajo su responsabilidad, puesto que suele conllevar la pérdida de la garantía del producto por parte del fabricante. Y también hay que tener en cuenta que pueden tratarse de sistemas poco estables y con fallos, por lo que no es recomendable para usuarios poco avanzados.

La versión más actual de Android es la 5.0, conocida como ‘Lolly Pop’, aunque todavía hay muchos aparatos con sus predecesoras, la 4.4 ‘Kit Kat’ y la 4.2 ‘Jelly Bean’. De hecho, la fragmentación que supone la coexistencia de múltiples dispositivos con diferentes versiones de Android es uno de los principales problemas de esta plataforma.

En cualquier caso, entre todas sus versiones, su dominio del mercado de smartphones y tablets es claro, como veíamos al comienzo. Pero, ¿cuáles son las ventajas de Android? ¿En qué se fundamenta esta posición de liderazgo?

**Penetración y conocimiento.** “Una de las principales ventajas es la alta penetración que tiene en el mercado, lo que se traduce en que los usuarios ya están completamente habituados a su uso y forma de funcionamiento”, apunta la Representante de Wiko. De igual manera, Adán Muñoz, Director de Desarrollo de Producto de BQ, indica que “es el sistema operativo más utilizado y el que más aplicaciones tienen en el mundo”. El sistema iOS sólo es incorporado por Apple, mientras que muy pocos fabricantes están lanzando dispositivos con Windows. Sin embargo,

hay una enorme cantidad de firmas que equipan sus móviles con Android.

**Sistema abierto...** Esta gran penetración de mercado se debe, en gran medida, al código abierto y la licencia libre de esta plataforma. No hay que pagar por la licencia y se puede modificar el código para adaptarlo al dispositivo, por lo que los fabricantes han optado mayoritariamente por su instalación. Como explica el Responsable de Nevir, “el sistema operativo iOS es propietario y el código fuente no está disponible. Esto es todo lo contrario en Android, un sistema operativo de software libre”.

**...actualización y mejora...** Esta característica está muy ligada con el carácter abierto del sistema. “Otro punto fuerte es la periodicidad con la que se actualiza, ya que el sistema constantemente recibe actualizaciones y mejoras que ayudan a su desarrollo”, anota la Responsable de Wiko. Igualmente, el Product Manager de TV Tech reseña que “Android está tremendamente vivo, con una capacidad de mejora y desarrollo muy importante, en pleno auge. Y ofrece actualizaciones constantes, incluyendo siempre las últimas novedades del mercado, que hacen que los equipos estén siempre vigentes”. Hay que reseñar que el ‘upgrade’ de los dispositivos a las versiones más recientes de Android depende del soporte de cada fabricante. Mientras que algunas marcas ofrecen rápidamente esta actualización, otras tardan más en hacerlo o incluso jamás llegan a ponerla a disposición de los usuarios.

**...y amplitud de apps.** Asimismo, al ser un sistema de código abierto, favorece

“Android está tremendamente vivo, con una capacidad de mejora y desarrollo muy importante, en pleno auge. Y ofrece actualizaciones constantes, incluyendo siempre las últimas novedades del mercado...”

el desarrollo de apps. “Es el sistema más abierto al desarrollo y el que proporciona mayor cantidad de apps interesantes”, afirma el Responsable de Gigaset. Igualmente, Manterola señala que, al ser abierto, “ofrece una mayor facilidad para crear aplicaciones y ponerlas a disposición del resto de usuarios”. Como explica el Director de Desarrollo de Producto de BQ, esta apertura “ha permitido a empresas y particulares desarrollar aplicaciones con facilidad y a un coste muy bajo, en comparación con otras plataformas”. Así, se estima que Android supera ya los 1,4 millones de apps, dejando atrás a Apple, que tiene en torno a 1,2 millones de aplicaciones. La mayor parte de ellas son gratuitas o siguen un modelo ‘freemium’.

**Económico.** Manterola hace hincapié en “la economía de costes, lo que permite a los fabricantes ofrecer precios más ajustados en aquellos dispositivos que trabajan sobre Android”. Igualmente, el Consejero Delegado de Gigaset recalca que “el precio de los productos Android, en todas sus gamas, es mucho más competitivo que los de iOS y Windows”.

**Multiplataforma.** Android opera en diferentes dispositivos, con la ventaja de ofrecer una experiencia de uso similar. “Es un sistema operativo muy orientado al multidispositivo, con grandes posibilidades en cuanto a configuración y conectividad”, apunta Fernández.

**Usabilidad.** Se trata de un sistema operativo fácil e intuitivo, por lo que el usuario se hace rápidamente con el manejo de cualquier dispositivo. Además, una vez que se aprende a usar un aparato equipado con Android, ya no hay que volver a aprender

FOTO: ENGEL AXIL



# ¿Sabías que empleamos 38 días de nuestra vida buscando las llaves?

PRÓXIMAMENTE



Colores disponibles.

G-tag. Encuentra lo que buscas.

Cambiar algo de sitio, olvidar cosas o perderlas es muy fácil. Para evitarlo Gigaset ha creado G-tag. Utiliza Bluetooth para buscar, revisar y encontrar. Gigaset te regala tu tiempo antes de que lo pierdas.

[www.gigaset.com/es](http://www.gigaset.com/es)  
[www.g-tag.me](http://www.g-tag.me)

• iPhone 4s, iPad3, iPod touch (5G o posterior), con iOS 7 o posterior.  
• Algunos Smartphones Android con Bluetooth\* 4.0, o Android 4.4.2 o posterior.  
(consultar lista de compatibilidad con Android en: [gigaset.com/g-tag/faq](http://gigaset.com/g-tag/faq))

# Gigaset

Wherever you go.



FOTO: WIKO

a manejar otros dispositivos que se puedan adquirir posteriormente. Por ejemplo, si ya se ha acostumbrado a Android en su móvil, la experiencia será similar al comprar una tablet o al renovar su smartphone, aun habiendo algunas diferencias si la versión de Android es más moderna.

**Gran conectividad.** El Responsable de Gigaset remarca que “en comparación con iOS, Android destaca, al igual que Windows, por sus conectores universales, de modo que cualquier dispositivo puede cargarse o transferir archivos mediante un puerto estándar”. En esto coincide Sicilia, que explica que “por norma general, los dispositivos Android suelen tener puertos y conexiones más estándar que los Apple, como por ejemplo conexión USB, salida HDMI, posibilidad de añadir tarjetas SD, etc.”.

**Personalización.** “En los equipos Android se puede configurar y cambiar el aspecto de todo: el teclado, el fondo, el lanzador de aplicaciones, etc.”, comenta el Responsable de Nevir. Del mismo modo, Martín destaca “las múltiples funcionalidades de personalización del dispositivo que ofrece”.

TELEFONÍA

No cabe la menor duda de que la telefonía móvil es el ‘paraíso Android’. Cuatro de cada cinco smartphones funcionan con este sistema, que se amolda a la perfección tanto a dispositivos de gama baja como a los equipos del segmento más alto. Incluso la telefonía fija ha evolucionado y ya podemos encontrar varios aparatos que incorporan este sistema operativo.

El aumento de la penetración de los smartphones en España, en los últimos años, ha sido espectacular. De hecho, nuestro país es líder europeo en penetración, con un 81% de teléfonos inteligentes sobre el total de dispositivos, según el informe ‘La Sociedad de la Información en España 2014’, elaborado por Fundación Telefónica.

Igualmente, la Representante de Wiko destaca que “según el barómetro del consumidor de Google, de octubre del año pasado, un 72% de la población en España usa smartphones. Por tanto, el perfil de los consumidores que utilizan estos productos es muy variado”.

Fuerza de la reposición...

Con las increíbles cifras de penetración de los smartphones, la reposición de los equipos más antiguos por otros más modernos y potentes pasa a un primer plano. “La renovación juega un papel fundamental en un mercado aparentemente saturado, porque los usuarios suelen cambiar de móvil cada año o cada dos años, como mucho”, afirma el Responsable de BQ.

Asimismo, Manterola remarca que “un gran número de usuarios de smartphones, al igual que pasa en otros mercados, se plantea cada cierto tiempo actualizar sus equipos hacia terminales más nuevos y que incorporen las últimas novedades técnicas lanzadas al mercado,

**EL SMARTPHONE MÁS BUSCADO**

- 4,5 - 5 pulgadas
- Pantalla Full HD
- Procesador 4 núcleos
- 1 - 2 GB RAM
- 8 - 16 GB almacenamiento
- 8 Mpx cámara principal
- 2Mpx cámara frontal
- Grabación de vídeo HD
- Android 4.4 Kit Kat

por lo que la renovación de productos juega un papel muy importante en este mercado. Además, se ha identificado una tendencia en España a alargar la vida de los terminales móviles, por lo que es primordial ofrecer los estándares de calidad óptimos para que el usuario pueda disfrutar de su smartphone durante el mayor tiempo posible”.

Por su parte, Sicilia anota que la renovación “es muy importante, derivando cada vez más a sustituir el móvil de alta gama por otro de gama media con altas capacidades, desembolsando menos dinero”. En esa misma línea, el Product Manager de TV Tech anota que “al ir la tecnología tan rápido, el cliente cada vez piensa más en cambiar su terminal más a menudo, por lo que elige opciones más económicas y aumenta la renovación de los equipos. Antes te comprabas un terminal de gama alta, que te podía durar 5 años. Ahora, la tendencia es cambiar de terminal cada año y medio y comprar una gama media”.

En cualquier caso, lo cierto es que las ventas de smartphones se han comportado muy bien durante



FOTO: NEVIR

“Cada vez más usuarios son conscientes de que disponer de un terminal libre frente a la opción de comprarlo a través de una operadora conlleva numerosas ventajas...”

el último año, destacando especialmente la campaña navideña. Los dispositivos de 5 pulgadas fueron el ‘producto estrella’.

...y de los equipos libres

Por otro lado, el mercado de terminales libres parece estar despertando en los últimos años. Hasta hace poco tiempo, nos encontrábamos en una situación de ‘cautividad’, estando en manos de unos pocos operadores de telecomunicaciones, que manejaban el mercado en virtud de sus políticas de comercialización y subvención de determinados teléfonos.

Sin embargo, la irrupción de los operadores móviles virtuales (OMV) con tarifas muy interesantes, resta atractivo a las compañías convencionales. Además, las operadoras han dejado de regalar dispositivos a sus clientes o los ofrecen con unas condiciones de permanencia y vinculados a unas determinadas tarifas que hacen que sea una opción menos interesante. Hay que tener en cuenta que la tecnología evoluciona muy rápido y pronto nos podemos ver atados a un terminal obsoleto por los plazos de permanencia firmados con nuestra compañía telefónica.

“El porcentaje de ventas en el mercado libre ha crecido un 11% durante el 2014, en relación a 2013. Las ventas de smartphones ligadas a operadoras suponen un 65% del mercado, frente al 35% del mercado libre. Ante esto, se observa una clara tendencia ascendente, que se acusa

FOTO: TV TECH



FOTO: ENGAL AXIL

más en la campaña de Navidad, en la que el mercado de la telefonía libre ha alcanzado cotas del 46%. Creemos que esta tendencia la seguiremos viendo durante 2015, en línea con el comportamiento de otros mercados europeos, como el de Portugal, en el que el mercado libre supone el 63%”, especifica la Responsable de Wiko. “Cada vez más usuarios son conscientes de que disponer de un terminal libre frente a la opción de comprarlo a través de una operadora conlleva numerosas ventajas, como por ejemplo no ‘hipotecarse’ con nadie y poder cambiar los servicios de telefonía sin penalizaciones, sin permanencias y sin tener que esperar a que cumpla ningún contrato”, añade.

Igualmente, Fernández indica que “cada año, la telefonía libre está creciendo más, y ya es una buena parte de la tarta de la venta de smartphones. El cliente prefiere un smartphone libre y tener la flexibilidad de cambiar de operador cuando lo necesite, adecuándose las tarifas de los operadores a sus necesidades. Además, la desaparición de las permanencias en los operadores y la no subvención de los terminales, hace que cada vez más gente se lo compre de forma libre, de la marca que él elija, y lo asocie a una tarifa que se adapte mejor a sus necesidades”.

Por su parte, el Director de Desarrollo de Producto de BQ afirma que “el mercado libre está al alza y va a seguir así. Desde que las operadoras dejaron de regalar los terminales y la opción que ofrecen es recibir un dispositivo a cambio de permanencia, cada vez más usuarios prefieren comprar el terminal libre. En nuestro caso, otro aliciente es que pueden usarse dos tarjetas SIM de diferentes operadores”. Precisamente

esta compañía es una de las que más se están beneficiando de este tránsito hacia los equipos libres. “Durante la campaña de Navidad, el smartphone más vendido en España fue el ‘Aquaris E5 HD’. Y cinco de los diez smartphones libres más vendidos fueron BQ”, asegura Muñoz.

Innovación incesante

La innovación en esta categoría de producto es continua. Cada poco tiempo tenemos mejoras que van dejando ‘anticuados’ los terminales que ya están en el mercado. Esta evolución no sólo hace posible que los dispositivos nos permitan realizar cada vez más tareas o mejorar el rendimiento de las que ya veníamos haciendo, sino que también supone un impulso muy importante para las ventas. Los usuarios quieren ‘estar a la última’, por lo que la innovación es un auténtico catalizador del mercado. El avance camina en esta dirección:

**4G.** Aunque ya hay muchos dispositivos que ofrecen conexión a internet a alta velocidad, todavía es un estándar que tiene que consolidarse en el mercado. La incorporación de conexión 4G seguro que va a tener un papel muy importante en la reposición de equipos durante éste y el próximo año.

**NFC.** Al igual que sucede con la 4G, la tecnología NFC está equipada en muchos de los dispositivos que ya están a la venta. “Es una tecnología aún por descubrir, pero será interesante ver cómo se aplica al mercado y si los usuarios la acaban aceptando para hacer sus pagos”, señala Fernández. Sin embargo, dado que las transacciones ‘contactless’ todavía no se han implantado mayoritariamente en nuestro país, se trata de una prestación que no está despertando demasiado interés en el usuario medio. Si el sistema de pagos Apple Pay se consolida, quizá impulse la venta de smartphones Android con NFC.

**Pantallas de alta definición.** El sector parece estar esperando la consolidación de la tecnología



## Deja que iRobot® te libere de la limpieza

El nuevo Robot Aspirador iRobot® Roomba® Serie 800 incorpora la avanzada tecnología AeroForce™, que reemplaza los cepillos convencionales por un potente sistema sin escobillas para lograr una limpieza aún más profunda. Roomba limpia por ti, tú disfrutas de la vida.



**AeroForce™**  
Limpieza hasta  
un **50%**  
superior\*

**iRobot®**  
*do you?™*



FOTO: GIGASET

**AMOLED.** Mientras tanto, se generalizan las pantallas Full HD, a la par que vemos llegar modelos con QuadHD ó 2K (2560x1440 píxeles).

**Pantallas curvas.** Algunos fabricantes están desarrollando terminales con pantallas curvadas. Todavía hay que ver la aplicación práctica de este avance.

**Mejoras de hardware.** Buena parte del mercado de smartphones de gama media ya incorpora procesadores de 4 núcleos y muchos modelos incluso disponen de procesadores Octacore. También está aumentando la memoria RAM, con modelos que equipan 3 GB. Asimismo, se está trabajando en la inclusión de baterías de alta capacidad, de hasta 3.000 mAh en algunos casos.

**Evolución de las cámaras.** La función de fotografía y vídeo ha dejado de ser una opción más de los móviles para convertirse en uno de los rasgos más importantes y relevantes a la hora de adquirir un dispositivo. Las marcas ya incorporan cámaras de 13 megapíxeles o más, con lentes realizadas por fabricantes de productos ópticos de reconocido prestigio. “Es posible que las cámaras compactas pasen a un segundo plano con las capacidades fotográficas de los nuevos smartphones”, afirma el Product Manager de TV Tech.

**Diseños modulares.** Google lidera ‘Project Ara’, orientado al desarrollo de móviles modulares, con piezas intercambiables (cámara, almacenamiento, etc.) que permiten modificar el smartphone en función de las necesidades del usuario. Si el concepto arraiga, podría suponer una revolución en la forma de entender la telefonía móvil.

**Optimización del diseño.** “Los fabricantes están centrados en reducir el peso, el grosor y el marco de los dispositivos”, apunta Muñoz. En esa línea, la Responsable de Wiko se refiere al desarrollo de “equipos más ligeros y livianos, pero no por ello menos resistentes”.

**Competencia en software libre.** Es interesante la llegada del sistema operativo Ubuntu, basado en Linux, con código abierto y licencia libre. “Va a dinamizar el mercado, no sólo porque es una nueva opción de sistema operativo, sino porque plantea una forma de ver la interacción usuario-terminal totalmente diferente. Por primera vez, la interacción no está basada en aplicaciones, sino en ‘scopes’ que ponen al usuario en el centro de la experiencia de uso”, explica el Director de Desarrollo de Producto de BQ.

**Smartphones más ‘inteligentes’.** La Representante de Wiko indica que “entre las principales innovaciones que desembarcan en el mercado está el cambio en la forma de interactuar con el teléfono, al dotar al terminal de más inteligencia y, por otro lado, que la información que se reciba esté más procesada”.

**‘Internet de las Cosas’.** Aunque ya estamos avanzando en este camino, el ‘Internet of Things’ (IoT) o ‘Intenet de las Cosas’ todavía tiene mucho recorrido por delante en su implantación. Manterola

afirma que se tiende a “una mayor convergencia con el IoT”, de modo que los dispositivos móviles se establezcan “como el centro de interacciones de la conectividad”.

### También en hijos

Al sistema Android tampoco se le resiste la telefonía fija. Aunque el porcentaje aún sea bajo, cada vez hay más aparatos domésticos que usan este sistema operativo, permitiendo que el usuario se beneficie de todas las prestaciones que ya tiene en el móvil. “El teléfono fijo para el hogar se está convirtiendo en un producto ‘commodity’ o de reposición. Esto hace que el precio se convierta en el atributo clave en el proceso de decisión de compra. Como tendencia, al usuario que está dispuesto a invertir más dinero en esta categoría, le gusta el dispositivo que se asemeja al smartphone y la tablet, tanto en sus prestaciones como en su diseño. El usuario está interesado en dispositivos inalámbricos, con pantalla 100% táctil, posibilidad de personalización del escritorio del teléfono, descarga de aplicaciones, acceso a internet, sincronización de cuentas de e-mail y libretas de direcciones, etc. Todo ello sin renunciar a la tecnología ECO-DECT, a una batería de larga duración y a un acabado en materiales de calidad”, explica el Consejero Delegado de Gigaset. Por ejemplo, estos dispositivos disponen de ventajas como la posibilidad de descargar aplicaciones, utilizarlos como e-reader, etc.

Además, este tipo de aparatos tiene buena acogida en el ámbito de la empresa, con equipos que aúnan funciones de teléfono, tablet, videoconferencia, lectura y modificación de archivos de texto, hojas de cálculo o presentaciones, e incluso con capacidad de conectarse a un proyector para realizar exposiciones en reuniones: Todo ello con una total sincronización de las libretas de direcciones y de correo electrónicos de smartphones y tablets.



FOTO: BQ

En cuanto a las innovaciones, Martín indica que “los hábitos de uso evolucionarán hacia la convergencia con los dispositivos móviles y, sobre todo, mediante aplicaciones alojadas en la nube. Siguiendo esta tendencia, en breve vamos a lanzar la familia de teléfonos ‘Gigaset GO’. Estos teléfonos basados en IP permitirán a los usuarios interactuar con ‘Gigaset GO’ y su smartphone. Por ejemplo, utilizando una app para transferir los contactos de la agenda del smartphone a los terminales DECT”.

¿Cómo ayudar al cliente?

La tecnología avanza muy deprisa, por lo que hay que estar muy atentos a todos los avances para no quedarnos atrás. Debemos tener en cuenta que la enorme penetración de Android tiene como consecuencia una absoluta dispersión del tipo de usuario. Es decir, que llegarán a la tienda todo tipo de clientes, desde los más avanzados hasta aquellos que quieren algo muy básico o incluso algunos para los que la compra de un smartphone sea su primera aproximación a este sistema.

Los clientes más experimentados se mantienen al día de las novedades, pero no todos los compradores están dispuestos a hacer este esfuerzo de reciclaje, por lo que es preciso guiar al consumidor a la hora de elegir el terminal que mejor se amolda a sus necesidades concretas. “Es importante no enfocar la venta por encima o por debajo de las necesidades reales del cliente”, advierte el Responsable de Nevir.

Y para eso, es esencial analizar el perfil del comprador que tenemos delante. “El prescriptor puede ayudar al cliente, orientándole acerca de cómo el dispositivo podrá cubrir sus necesidades. No son iguales las necesidades de una persona de 40 años que las de un chico de 20 años. En algunos casos, se dará más importancia al diseño; en otras, al hardware, a la rapidez del terminal; en otras, a que sea un terminal de dos tarjetas que evite llevar dos teléfonos; etc. Y siempre contando con el presupuesto que el cliente pueda tener, pues el factor precio sigue siendo uno de los más importantes a la hora de comprar un smartphone.

FOTO: NEVIR



Además, no debemos olvidar el servicio técnico de los fabricantes, que puede ser un punto clave a la hora de adquirir un terminal”, señala el Representante de TV Tech.

Muñoz también insiste en la importancia del aspecto económico. “Es imprescindible conocer el presupuesto del que dispone el cliente y el uso que va a hacer del dispositivo. Con esta información, el prescriptor puede priorizar entre diferentes especificaciones como pantalla, CPU, GPU o memoria interna. Según nuestra experiencia, los criterios que más tienen en cuenta los usuarios, a la hora de elegir un smartphone, son el precio, la pantalla, la batería, el procesador y el servicio de atención al cliente”, señala.

Asimismo, Manterola considera que “la mejor manera de guiar al consumidor es orientándole hacia terminales que dispongan de las características apropiadas para satisfacer las necesidades del mismo. En primer lugar, se debe tener en cuenta el presupuesto. A partir de ahí, habrá que tratar de ofrecer un smartphone que, a dicho precio, disponga de las características técnicas necesarias para cumplir con las funciones que el usuario vaya a llevar a cabo con el equipo. Una vez que se ha llegado a este punto, lo ideal es disponer de la suficiente variedad como para ofrecer al usuario terminales de distintos diseños, especificaciones, tamaños, colores, etc. Igualmente, el prescriptor tiene que informar al comprador sobre el servicio posventa del producto que está adquiriendo”.

TABLETS

Aunque las ventas de tablets han crecido mucho en los últimos años, su

penetración y reposición no es comparable a la de los smartphones. “El mercado de las tablets sigue creciendo, pero se está desacelerando, en gran parte porque 2012 y 2013 fueron los años de eclosión de las tablets y el usuario no renueva estos dispositivos tan frecuentemente como los smartphones. Es un fenómeno que ya ocurrió con los e-readers. Aún así, según Gartner, es un mercado que el año pasado creció un 23,9%”, apunta Muñoz.

Del mismo modo, el Consejero Delegado de Gigaset explica que “las ventas de tablets han mantenido una tendencia estable a lo largo de 2014, teniendo en cuenta que el momento del ‘boom’ de este dispositivo fue hace un par de años y, por tanto, en 2014 eran muchos los usuarios que ya lo tenían y no estaban dispuestos a renovarlo hasta dentro de un tiempo más prolongado, ya que lo consideran una inversión que tiene que durar varios años”.

Así pues, la reposición no es tan importante como sucede con los smartphones, puesto que la urgencia del usuario por renovar su equipo no es tan acuciante. En este sentido, Sicilia reseña que la reposición apenas supone en torno al 3% del total del mercado.

No obstante, cabe preguntarse si este mercado ha llegado ya a su techo y si las ventas podrían comenzar a resentirse. Martín cree que “es un mercado que aún tiene crecimiento, aunque está ya muy atomizado”. Sin embargo, el Responsable de Nevir considera que “ya han alcanzado su nivel máximo de penetración”, a la par que afirma que “prácticamente todos los fabricantes de tablets ven cómo sus ventas marcan una leve línea de descenso”. Además, destaca el incremento de la venta de tablets de primer precio.

Más pequeñas... y más grandes

Hay que remarcar el buen comportamiento de un nicho de mercado concreto: el de las phablets. Esta categoría de producto, a mitad de camino entre el smartphone y la tablet, ha aumentado considerablemente su volumen. “Los phablets serán los nuevos dispositivos a adquirir, en vez de renovar la tablet tradicional”, apunta el Representante de Nevir. De hecho, el Director de Desarrollo de Producto de BQ asegura que “el éxito de los smartphones de más de 5 pulgadas ha canibalizado a las tablets de dimensiones más reducidas. El usuario que tiene un smartphone de casi 6 pulgadas no necesita una tablet de 7 pulgadas”. Por eso, afirma que “las tablets con más de 10 pulgadas son ahora el producto estrella”.

No obstante, el Consejero Delegado de Gigaset afirma que “el modelo más demandado es el compacto, ya que las pantallas de en torno a 8 pulgadas proporcionan una buena legibilidad y, a su vez, se perciben como tablets ligeras y poco voluminosas, siendo de fácil traslado”.

“Los principales retos para los fabricantes consiste en la reducción del peso y grosor de las tablets sin mermar las capacidades de los equipos...”

En realidad, estas dos tendencias no son contrapuestas, sino que representan dos maneras diferentes de entender y disfrutar del dispositivo. El usuario de equipos de 10 pulgadas quizá use la tablet en su domicilio, en clase o en el trabajo, casi sustituyendo al portátil y utilizándola para tareas de ofimática, consulta de correo electrónico, búsqueda de información en la red, apps profesionales, redes sociales, etc. Y quien adquiere un aparato de 8 pulgadas, tal vez mire más su utilidad en movilidad, al viajar o trasladarse en transporte público, etc., utilizando la tablet para consumir contenidos audiovisuales, leer libros, jugar, etc., aunque también sirva para ver el correo, navegar en la red, ver documentos, etc.

Consolidación tecnológica

La evolución de las tablets en los últimos años ha sido muy grande y parece que ahora llega un periodo de consolidación de la tecnología. “El mercado de la movilidad está ya maduro y, de aquí a corto y medio plazo, no habrá grandes saltos en términos de producto, sino más bien una evolución y optimización de los dispositivos”, adelanta



FOTO: NPG

Muñoz. Éstos son los avances que irán llegando, siguiendo la tendencia que ya estamos viendo:

**Optimización del diseño.** El Responsable de Nevir hace hincapié en la tendencia a optimizar el diseño de los productos, de modo que se va pudiendo ofrecer “más pantalla en menos tablet”. Igualmente, el Director de Desarrollo de Producto de BQ reseña que uno de los

principales retos para los fabricantes consiste en la reducción del peso y grosor de las tablets sin mermar las capacidades de los equipos.

**Potencia de procesado.** Sicilia remarca la paulatina incorporación de procesadores de cuatro núcleos y el Representante de Gigaset destaca la llegada de procesadores más potentes.

**Personalización.** El Responsable de Nevir señala que vamos a ver aparecer carcasas en una amplia

**DSK**

Baterías compatibles para teléfonos, foto y video digital.

Calidad excepcional a primer precio. Modelos disponibles para la mayoría de fabricantes del mercado.

**iStick**

Pendrive dual con conexiones Apple Lightning - USB integradas

Transfiere archivos de dispositivos Apple o reproduce música directamente del pendrive . Certificado MFI.

**Smile**

**Bolsas Reversible**

Novedad mundial. Bolsas para accesorios de fotografía, dispositivos digitales y mucho más... Dos bolsos en una, correa y tapa frontal intercambiables. ¡Dale la vuelta con Smile!

LA TABLET MÁS BUSCADA

Perfil de primer precio:

- 7 - 8 pulgadas
- Procesador de doble núcleo
- 1 GB RAM
- 8 GB almacenamiento
- Salida HDMI
- 2 Mpx cámara trasera
- 0,3 Mpx cámara frontal
- Android 4.1-4.2 Jelly Bean

Perfil medio:

- 10 pulgadas
- Procesador de cuatro núcleos
- 2 GB RAM
- 16 GB almacenamiento
- Salida HDMI
- 8 Mpx cámara trasera
- 2 Mpx cámara frontal
- GPS
- 3G opcional
- Android 4.1-2 Jelly Bean – 4.4 Kit Kat



gama de colores. Mientras el Consejero Delegado de Gigaset indica que “veremos que las tablets serán fácilmente personalizables a través de carcasas o componentes”.

**Más autonomía.** Martín reseña que estos dispositivos “empezarán a ofrecer baterías de mayor duración de la que estamos acostumbrados”.

**Mejores cámaras.** Hay muchos usuarios que llevan su tablet a todas partes y que también la utilizan para tomar fotos, por lo que se tiende a aumentar la calidad de las cámaras equipadas. Martín señala que vamos a ver “cámaras Full HD que incluso podrán incorporar tecnología de realidad aumentada”.

**Android 5.0 Lollipop.** Aunque la mayor parte de los aparatos en el mercado actualmente ‘corren’ Android 4.4 Kit Kat o 4.2 Jelly Bean, poco a poco iremos viendo más tablets con la nueva versión de sistema operativo.

¿Cómo ayudar al cliente?

Igual que sucedía en el caso de los smartphones, la amplitud del espectro de usuario obliga al prescriptor a un esfuerzo para adaptarse a las demandas de cada cliente que llega al establecimiento. Nos encontraremos tanto con consumidores experimentados como con clientes que llegan dispuestos a adquirir su primer dispositivo Android. Hemos de tener en cuenta que hay muchos usuarios, especialmente aquellos de mayor edad, para los que la tablet no sólo supone su primera aproximación a este sistema operativo, sino el primer acercamiento a la tecnología, gracias a la concepción amigable de este tipo de dispositivos, con un manejo fácil e intuitivo.

Por eso, el vendedor debe ser receptivo a un amplio abanico de perfiles de comprador, ayudando a decidir en función de las necesidades particulares. “El prescriptor tendrá un papel fundamental en la experiencia de compra de aquellos consumidores poco familiarizados con las nuevas tecnologías pero que desean dar ese paso de acercamiento a las mismas, adquiriendo un nuevo dispositivo. Es importante conocer para qué funciones necesita el cliente adquirir el producto -ocio, trabajo...-, con qué frecuencia hará uso, qué expectativas tiene del mismo, si cuenta con experiencia previa en un dispositivo de esas características, qué sistemas operativos conoce y con cuál se siente más a gusto, etc.

Todo destinado a crear un perfil muy claro de usuario para poder ofrecerle ‘su dispositivo tecnológico’”, declara el Consejero Delegado de Gigaset.

SMART TV

La forma de consumir televisión ha cambiado mucho en los últimos años. Por un lado, los usuarios ahora encuentran alternativas para ocupar su tiempo de ocio, bien sea consumiendo contenidos audiovisuales en la red o interactuando en redes sociales, por ejemplo. Además, se ha acostumbrado a romper el paradigma clásico que ofrece la televisión convencional, que obliga a ceñirse a lo que se esté emitiendo en ese momento, mermando su capacidad de elección. En la red, el usuario tiene total control y no sólo decide qué quiere ver, sino también cuándo y cómo. “La cantidad de aplicaciones que existen y existirán en Android totalmente orientadas al televisor hará que estos productos sean tremendamente disfrutables y versátiles”, afirma el Product Manager de TV Tech.

La mejor manera de adaptarse a este cambio de modelo es un Smart TV, que aúna las ventajas de ambos mundos: la televisión y la red. “Hoy en día, Smart TV se ha convertido ya en una característica estándar en los televisores y existe mayor conocimiento por parte de los usuarios. Aunque el nivel de penetración todavía no es muy grande, todos los datos del mercado muestran la consolidación de estos dispositivos y la expansión de su uso, observándose una importante intención de compra para 2015”, remarca Nieves del Río, Responsable de Marketing de NPG.

Todos los fabricantes disponen ya de televisores inteligentes, aunque no todos están apostando por el sistema operativo Android, pese a las ventajas que ofrece. Algunas firmas, como Sony, Philips, Nevir o NPG, sí que han apostado por el software de Google, incorporándolo a sus equipos. “Las ventajas de un televisor Android para un usuario son muchas: servicios gratuitos, facilidad de manejo, compatibilidad con otros dispositivos Android, libertad para la instalación de apps...”, explica Del Río. Igualmente, el Representante de Nevir se detiene en prestaciones como “las opciones de conexión a internet, el acceso a servicios de vídeo bajo demanda, la televisión a la carta, la búsqueda por voz, la multitarea...”.

Así, este sistema se presenta como una plataforma muy interesante para el desarrollo de la televisión inteligente. “Cuando comenzamos a desarrollar nuestra gama de televisores conectados, tuvimos que tomar una importante decisión respecto a cuál era el sistema más adecuado para gestionar los nuevos servicios disponibles para la televisión conectada. Decidimos adoptar el sistema Android por ser el más flexible y versátil de todos. Fuimos pioneros al hacerlo y acertamos con nuestra decisión. Android es el sistema líder en el mundo por número de aplicaciones, con más de 1,3 millones de aplicaciones disponibles, muchas de ellas de manera gratuita. En NPG hemos creado un ecosistema Android exclusivo, disponible para todos los productos de la marca -televisores y dispositivos externos-, un sistema optimizado tanto a nivel de hardware como de software. Todos los productos de la gama Smart TV incluyen un escritorio exclusivo diseñado por NPG, pensado para que toda la familia pueda disfrutar desde el primer momento de televisión a la carta, video online, juegos, etc., de forma rápida e intuitiva. Este escritorio diferencia a NPG de otras marcas, por su diseño innovador, personalizable para cada cliente y distintos mercados. A corto plazo, introduciremos más mejoras con la integración de nuevas funciones, como una aplicación que permita manejar el Smart TV desde cualquier dispositivo móvil Android y un servicio de recomendación de aplicaciones a usuarios según sus intereses. Hemos sido pioneros en el desarrollo de la televisión conectada Android y nuestro sistema está en proceso de patentado”, puntualiza Del Río.

Sticks y set top box

Los usuarios que no tienen un televisor inteligente pero quieren aprovechar las ventajas de Android en la pantalla de su salón tienen en el mercado una amplísima oferta de sticks y sets top box de fácil conexión. “Su funcionamiento es sencillo. Sólo requieren conectarse al televisor a través de un puerto HDMI y conectarse a la red wi-fi doméstica. Disponemos de varios modelos en diferentes formatos -stick o box-. Al igual que los televisores Smart TV Android de la marca, incluyen nuestro escritorio, con aplicaciones ya instaladas, para facilitar al usuario el acceso a los distintos

EL SMART TV ANDROID MÁS BUSCADO

- Procesador de 2 - 4 núcleos
- 40 pulgadas
- LED
- Full HD
- USB reproductor/grabador
- 3 HDMI



La representante de NPG también señala que el vendedor puede ayudar “fijándose primero en las necesidades del usuario y el uso que dará al dispositivo. En función de esto, puede recomendarle aquel que más se ajuste a su presupuesto, teniendo en cuenta, la marca y que ésta pueda ofrecer un buen soporte técnico. Los dispositivos Smart TV, están irrumpiendo en el mercado con fuerza, aunque todavía existe cierto grado de desconocimiento por parte de los usuarios sobre su funcionamiento. Por eso, es importante que éstos tengan buena información en el punto de venta y un buen respaldo técnico por parte de la marca”.

Respecto a los sep top box, Fernández remarca que “se debe dar especial atención al tamaño de los mismos y a la gama de precios del mercado, explicando las diferencias dependiendo de la capacidad de almacenamiento que presenten estos dispositivos”.

OTROS DISPOSITIVOS

Además de los productos que hemos repasado, que son aquellos en los que el sistema operativo Android cuenta con mayor arraigo, en la tienda hay otros aparatos que también usan esta plataforma, aunque tienen un mercado mucho más reducido.

**Wearables.** Este tipo de dispositivos tiene todas las papeletas para convertirse en el próximo ‘producto estrella’ del lineal. En esta categoría se incluyen smartwatch, pulseras inteligentes, etc. Las pulseras y otros dispositivos cuantificadores (anillos, monitores...) miden diferentes parámetros de nuestra actividad cotidiana, como la distancia

“Las ventajas de un televisor Android para un usuario son muchas: servicios gratuitos, facilidad de manejo, compatibilidad con otros dispositivos Android, libertad para la instalación de apps...”

contenidos, como televisión a la carta, video online, juegos, noticias, redes sociales, navegación por internet... Adicionalmente, proponemos accesorios encaminados a optimizar la usabilidad de estas aplicaciones. Por ejemplo, hemos desarrollado diferentes mandos a distancia con el objetivo de dinamizar los diferentes usos y contenidos según la tipología del usuario”, apunta la Responsable de NPG.

Por su parte, Fernández hace hincapié en que “ofrecen prácticamente lo mismo que cualquier tablet o teléfono con Android pero con un interfaz totalmente orientado al televisor. Las Smart TV funcionan con aplicaciones desarrolladas para ellas. Android dispone seguramente de todas ellas, más cientos de miles que harán que se pueda hacer todo lo que se nos ocurra en la pantalla grande”.

Estos dispositivos están teniendo buena acogida. “Mucha gente cada vez quiere tener menos dispositivos en su casa. O uno que lo pueda hacer todo. El concepto de ‘all in one’, es lo que se está poniendo de moda, por lo cual a la hora de renovar los equipos anteriores ya se buscan equipos que lo hagan todo y que sean de fácil uso. Cada vez la penetración de estos aparatos es mayor y seguirá aumentando a medida que aglutinen más funcionalidades en el mismo aparato”, explica el Responsable de TV Tech.

Así, son muy atractivos aquellos aparatos que reúnen en un solo equipo Smart TV, TDT HD, grabación (PVR), disco duro multimedia y sistema Miracast, que permite ‘reflejar’ en la tele el contenido del smartphone o la tablet sin necesidad de cables.

¿Cómo ayudar al cliente?

Aunque ya lleve cierto tiempo en el mercado, el concepto Smart TV es relativamente reciente, por lo que aún hay muchos usuarios que no están familiarizados y que necesitarán asesoramiento profesional en la tienda. “El prescriptor es muy importante, ya que no todos los equipos del mercado hacen lo mismo. Y en este caso, se debe ayudar al cliente explicando conceptos que quizás no queden claros como PVR (Personal Video Recorder), que te permite grabar tus programas favoritos mientras ves otro canal, o el concepto Miracast”, señala el Product Manager de TV Tech.

Asimismo, el responsable de Nevir indica que “es importante no enfocar la venta por encima o por debajo de las necesidades del cliente, tanto en pulgadas como en posibilidades que busca en el televisor”.

FOTO: NPG



EL ANDROID TV MÁS BUSCADO

- Set top box
- Procesador de 2 - 4 núcleos
- Wi-fi
- DLNA
- Miracast
- Puertos USB
- Ranuras para tarjetas SD/MMC/MS



**Ordenadores.** Podemos encontrar dispositivos 'all in one' que emplean este sistema operativo, en lugar del ya habitual Windows. Se trata de equipos de sobremesa, con CPU y monitor todo en uno. Estos dispositivos suelen tener pantallas táctiles de 20 pulgadas o más. Estos aparatos combinan las características técnicas de los PC convencionales (procesador, RAM, disco duro, conectividad -USB, lectores de tarjetas, Ethernet, wi-fi, bluetooth, HDMI..., etc.) con la versatilidad que ofrece un aparato táctil con Android. Además de todas las ventajas que supone incorporar este sistema operativo (aplicaciones disponibles, familiaridad con su interfaz, etc.), los ordenadores tienen un precio de venta muy ajustado, puesto que los fabricantes pueden ahorrarse el precio de la licencia de Microsoft que hay que pagar para equipar Windows. Algunos dispositivos también vienen de serie con ambos sistemas operativos, permitiendo utilizar el que más interese en función del uso que se vaya a dar en cada situación. En este caso, su precio es más elevado.

**Cámaras de fotos.** Aunque es un producto con poca presencia en la tienda, hay fabricantes que han incorporado el sistema operativo Android en algunos modelos de sus cámaras de fotos digitales de formato compacto. Nos encontramos ante aparatos con conectividad wi-fi e incluso GPS, NFC y 3G, dependiendo del equipo del que se trate. Su principal ventaja es que permiten disfrutar de cualquier aplicación de fotografía descargada en Google Play (captura, retoque fotográfico, efectos, etc.), además de conectar con redes sociales. Así, el usuario puede subir directamente sus fotos y vídeos a plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, etc. Además, las imágenes se pueden geolocalizar mediante GPS, acceder de forma remota a toda la galería de fotos en la nube, etc.

Asesoramiento y poder tocar el producto

Como hemos visto a lo largo de estas páginas, el 'universo Android' es muy amplio, por lo que es fundamental tener en la tienda una oferta completa, capaz de responder a las necesidades de un amplio espectro de usuarios. Aunque contar con un buen surtido es indispensable, no vale sólo con eso. Hay que cuidar al cliente y atenderle con el máximo esmero y profesionalidad. El Consejero Delegado de Gigaset hace hincapié en la "atención friendly".

"Es importante que el establecimiento escuche al cliente con mucho detenimiento, invirtiendo en esta escucha el tiempo que sea necesario para detectar las necesidades clave que tiene el comprador y ofrecerle así el producto que mejor se adapte a esas solicitudes. En un mercado en el que hay tanta variedad de marcas, competencia de precios y prestaciones, es importante ofrecer a cada usuario 'su dispositivo', porque sólo así conseguiremos que la venta se traduzca en una situación de éxito que fidelice a nuestro cliente y que haga que más adelante, cuando tenga de nuevo una necesidad tecnológica, vuelva a nuestro establecimiento a recibir el mismo consejo, ese que le fue útil en la anterior experiencia de compra", comenta.

En esa misma línea, la Responsable de Wiko puntualiza que "hay que realizar una correcta labor de orientación al cliente para, una vez escuchadas sus necesidades, poder proponerle el producto que más y mejor se ajuste a sus requerimientos". Además, Martín recuerda que "la atención personalizada hace que el precio medio sea superior, ya que la mayoría de los usuarios, si no son atendidos e informados, tienden a comprar lo más barato, que en ocasiones no cumple con las expectativas".

Asimismo, Manterola insiste en que "es importante ajustar lo máximo posible el portafolio de productos que se tenga en exposición en la tienda a las necesidades reales y más comunes de sus clientes". Si somos capaces de dar respuesta a su demanda, es más fácil que logremos

fidelizar al comprador y que repita en nuestro establecimiento cuando piense realizar una nueva adquisición.

Por otra parte, el Responsable de Nevir señala que "para optimizar las ventas hay que conseguir el máximo de superficie de exposición. Exposición es igual a vender, y ventas es sinónimo de éxito comercial. De esta forma se consigue que los clientes visualicen el máximo de productos, fomentando, por otra parte, las ventas impulsivas".

En este sentido, la Representante de Wiko anota que "la principal recomendación es realizar inversiones para mejorar, en la medida de lo posible, la exposición de los productos en la tienda. En la venta, sea atendida o no, tiene una gran relevancia la toma de decisiones a las que el usuario sólo llega tras el contacto con el producto. Por eso, más allá de presentar las especificaciones y tener siempre los precios correctos, es fundamental que el cliente pueda experimentar con el terminal para que así descubra cómo será el uso final. Ahí es donde surgen las sensaciones que tienen el mayor peso en la decisión".

En cualquier caso, la labor de las marcas también es muy importante. El Responsable de Gigaset reseña que "para que el vendedor sepa realizar correctamente esta labor de prescripción, es también importante que los fabricantes invirtamos en su formación. Para nosotros, este punto es clave y siempre hemos cuidado mucho en nuestros lanzamientos la acción de formación en tienda". Asimismo, el Product Manager de TV Tech recomienda "trabajar en la comunicación de los productos en los lineales, a través de carteles en los que se explique las características de los equipos Android, ya que la gente quiere saber qué es nuevo en el equipo y cómo le va a servir. Muchas veces no se conocen todas las aplicaciones de estos dispositivos, que en muchos casos pueden ser claves para la venta. Además, aconsejamos una buena formación a la plantilla de las tiendas, junto a guías creadas para ellos, para que puedan aconsejar al cliente en caso de duda".

FOTO: SONY



ADÉNTRATE EN EL MUNDO ANDROID



Giga TV HD845 T

Disco duro multimedia con doble sintonizador TDT en alta definición y acceso a internet

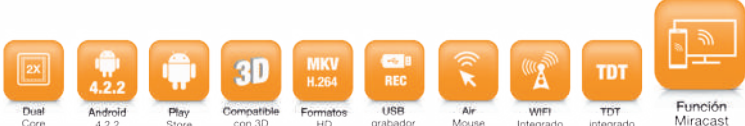
**Conectividad DLNA**, accede a todos tus dispositivos conectados a la red  
**Almacenamiento NAS**, actúa como disco duro  
**Reproduce** los últimos formatos de vídeo y 3D  
**Graba** mientras ves otro programa de TDT



Giga TV HD840 T Dual Core

SmartTV Android con sintonizador TDT HD integrado

**Función Miracast**, comparte la pantalla de tu dispositivo (smartphone, tablet, PC)  
**Dual Core**, más potencia, más velocidad



Giga TEL

CAPTURE G5 HD

Captura el momento y disfruta de sus 5" OGS



¡Síguenos en facebook y twitter!

