



■ S CROWDFUNDING: El éxito de la financiación colectiva

Los llamados cofinanciadores reciben a cambio una contraprestación que puede ser de diferente naturaleza: monetaria, menciones o reconocimientos, precompra de productos o servicios en condiciones ventajosas, entre otras medidas compensatorias.

De esta manera, mucha gente emprendedora ha visto compensada la falta de financiación por parte de las entidades

2012, año en el que la cifra de negocio fue de 9,7 millones, lo que nos coloca en una situación en la que el *crowdfunding* en España casi ha duplicado sus volúmenes de negocio de un año para otro.

Actualmente, en España existen más de 50 plataformas en Internet que se dedican a este negocio y que están apoyando cada vez más proyectos que llegan a buen término.

El crowdfunding en España se ha casi duplicado

financieras a la hora de iniciar un proyecto profesional que, aunque prometedor y viable, no conseguiría arrancar sin unos recursos financieros previos imprescindibles.

Lejos de ser una moda pasajera instigada por Internet, el micromecenaje se ha convertido en una actividad muy rentable y en expansión.

En 2013, el sector del *crowdfunding* generó un negocio de 19 millones de euros, suponiendo casi el doble que en

Por tipologías, triunfa el *crowdfunding* de recompensas, en primer lugar, que representa el 46% del negocio, con un aumento en la facturación de 2013 del 112% más de lo que facturó en 2012. Le siguen el *equity crowdfunding* (financiación a cambio de participaciones accionariales), con un aumento del 42% en su facturación, y el *crowdfunding* de donaciones, el que está más en auge, llegando a facturar en 2013 un 248% en comparación a la cifra de negocio registrada en 2012.

Las ventajas de la financiación colectiva van más allá de la simple recaudación, ya que son el mejor sistema de pruebas para tantear un producto o servicio de cara a su posterior éxito en el mercado, ya que:

- Favorece la opinión de los propios cofinanciadores y su disposición ante la idea, a modo de "termómetro".
- Si se consigue el 100% de la recaudación es una muy buena señal de cara a la aceptación posterior de la idea en el mercado. En caso contrario, puede ser un aviso de que el concepto necesita una revisión más a fondo antes de lanzarlo.
- Gracias a ello, las personas que se implican avalando una idea, consiguen además una recompensa personal, al haber ayudado a hacer realidad un proyecto que representará un bien social, a través de la creación de puestos de trabajo, de mejoras en la calidad de vida de las personas, o en pro de la cultura, el arte o las ciencias.

La financiación colectiva, conocida mundialmente como *crowdfunding*, o micromecenazgo, consiste en conseguir los recursos económicos necesarios a través de pequeñas contribuciones por parte de numerosas fuentes para apoyar un proyecto o iniciativa, que puede ser tanto personal como empresarial.



Así, cada vez son más los proyectos que están saliendo adelante gracias al *crowdfunding* y a sus diferentes fórmulas. Este fenómeno ha revolucionado el mercado de tal manera que el Gobierno ha decidido regular esta actividad. Así, el pasado 28 de febrero, el Ejecutivo aprobó el anteproyecto de Ley de Fomento de la Financiación Empresarial. Éste regula por vez primera las distintas vías de financiación colectiva en España, basadas en plataformas electrónicas que favorecen las relaciones entre los microinversores y las empresas o profesionales con un proyecto.

Las personas que se implican avalando una idea, consiguen además una recompensa personal, al haber ayudado a hacer realidad un proyecto que representará un bien social

Como resultado de esta regulación, se han añadido algunas restricciones como, por ejemplo, en cuanto al límite en la cuantía de las aportaciones, que se esta-

blecen en un máximo de de 3.000 euros anuales por proyecto y 6.000 euros por plataforma.

Según la Asociación de Empresas de *Crowdfunding* de España (AECEsp), por suerte, algunas fórmulas de *crowdfunding* no se ven afectadas por estas medidas, como la de donaciones, ni la basada en recompensas, ofrecidas por plataformas como **Lánzanos** o **Verkami**, las más populares en nuestro país.

En esta fórmula se contemplan las plataformas basadas en recompensas, las

cuentos, regalos, etc, que están sujetas al IVA.

En cambio, la nueva legislación sí impondrá restricciones a las aportaciones de las plataformas de inversión o *equity*, mediante las cuales los inversores aportan capital a un proyecto a cambio de participaciones, y a las de préstamo o *lending*, que ofrecen una rentabilidad pactada.

Desde la AECEsp han expresado su preocupación ante la posibilidad de que algunas de estas plataformas se vean obligadas a desaparecer con la nueva normativa, por lo que ésta está siendo fuertemente criticada desde algunas posiciones.

Así pues, está por ver, una vez aplicada la ley, si este mecanismo, que ha funcionado a toda máquina hasta la fecha, ve frenada su expansión de manera repentina, dejando en la cuneta, de nuevo, a numerosos emprendedores que creían haber encontrado la única opción para ver cumplido un sueño 100% viable.



Entrevista a Juan Ramas, CEO de La Caseta

1.-¿Cómo y cuándo empieza la trayectoria de La Caseta?

La Caseta es un proyecto que siempre he tenido en la cabeza. He trabajado durante más de quince años en el mundo de la publicidad y el marketing, y siempre he querido coger las riendas, emprender y pelear por mi propio proyecto.

La Caseta comenzó a dar sus primeros pasos en enero de 2006, recientemente hemos cumplido ocho años, presentándonos como una agencia de publicidad y marketing especializada en el *Below the line* (acciones promocionales, con importantes dosis de creatividad y utilizando canales novedosos). El desempeño de nuestros trabajos nos ha permitido que poco a poco hayamos ido creciendo y convirtiéndonos en una agencia de marketing integrado, prestando cualquier tipo de servicio que necesiten nuestros clientes.

Esta empresa nace en Sevilla, pero en un periodo corto de tiempo nos hemos extendido por todo el territorio nacional, gracias a la apertura de las delegaciones de Madrid y Valencia. Además, tenemos en mente proyectarnos internacionalmente para los próximos años.

2.-Habéis realizado campañas originales para marcas tan importantes como Orange. ¿Cuáles son las campañas más sonadas que habéis realizado hasta la fecha?

Orange es un cliente especial porque somos la agencia oficial de Trade Marketing en Sur y Levante de Orange. Es una relación profesional que comenzó en 2010, con la que hemos sumado sinergias y con la que incorporamos la colaboración de NACEX, como un partner muy importante.

También hemos realizado campañas para *Heineken*, *Coca-Cola*, *Comisiones Obreras* o la *Junta de Andalucía*, entre otros. Además, una de las campañas más ilusionante fue la creación de la marca del Centenario del Real Betis Balompié, ya que fue un proyecto prestigioso cuando **La Caseta** contaba con sólo un año de vida.

Puede sonar a tópico, pero siempre incidimos en lo mismo: las relaciones entre nuestros clientes y nuestro equipo humano son las que hacen que cada campaña que abordamos sea especial.

3.-También ofrecéis servicios para que las empresas que venden por canal online tengan visibilidad y consigan los objetivos de ventas marcados. ¿Qué ha supuesto el boom del e-commerce para las empresas que, hasta ahora, sólo contrataban campañas offline?

Nuestro eslogan es "Comunicamos para vender", y como comentas, para que una empresa supere sus objetivos de ventas es imprescindible comunicarse y darse a conocer. Somos especialistas en vender porque tenemos la receta perfecta para ello: un poco de creatividad, una pizca de comunicación, añadir marketing... y sin olvidarnos de lo online. Es inevitable adaptarse a las tendencias para vender y por eso apostamos por la formación continuada de nuestros profesionales. Dar la espalda al e-commerce es un error imperdonable.

Eso sí, siempre recalamos la necesidad de una comunicación integral, es decir, estrategias en las que convivan acciones on y off. Así es como verdaderamente damos a conocer las marcas, empresas o productos y conseguimos los objetivos de venta.

Se definen como *una agencia de marketing y publicidad andaluza* cuya misión es ayudar a sus clientes a alcanzar sus metas de negocio gracias a soluciones y servicios creativos, globales e innovadores. Pero, sobretodo, son una empresa comprometida con la sociedad con una sólida política de Responsabilidad Social.

la caseta

www.lacaseta.com



En NACEX hemos encontrado un partner esencial para nuestra actividad

4.-¿Qué importancia tiene el hecho de contar con un proveedor como NACEX para el día a día de la agencia?

En NACEX hemos encontrado un partner esencial para nuestra actividad. Cubrir las necesidades de logística que demandan nuestros clientes es una de las cuestiones más imperiosas para este sector, y eso nos lo cubre NACEX con la mayor eficacia y un trato exquisito. Reflejo de ello es la continuidad en la confianza que venimos depositando en sus servicios, a la élite de la profesionalidad logística.

5.-Participáis activamente en numerosos proyectos de responsabilidad social, ¿qué nos podéis contar al respecto?

En estos tiempos, me gusta decir que nuestra principal responsabilidad social es mantener todos los puestos de trabajo que conforman **La Caseta**, además de intentar ampliar nuestra plantilla cuanto sea posible. En el último año, se han incorporado a esta empresa ocho personas. Sinceramente, no tenemos una responsabilidad ni aspectos más importantes que éste.

Pero haciendo referencia a otras acciones, hemos creado el proyecto Espacios en Blanco, un encuentro anual donde empresarios y profesionales de la comunica-

ción exponen ideas para generar oportunidades en Andalucía; en Empresas Que Ayudan (EQA), una red de colaboración donde distintas empresas trabajan juntas, se benefician mutuamente y contribuyen a mejorar nuestra sociedad; o con la triatlética sevillana María Pujol.

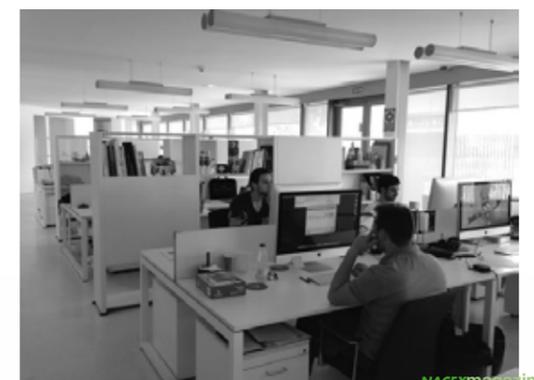
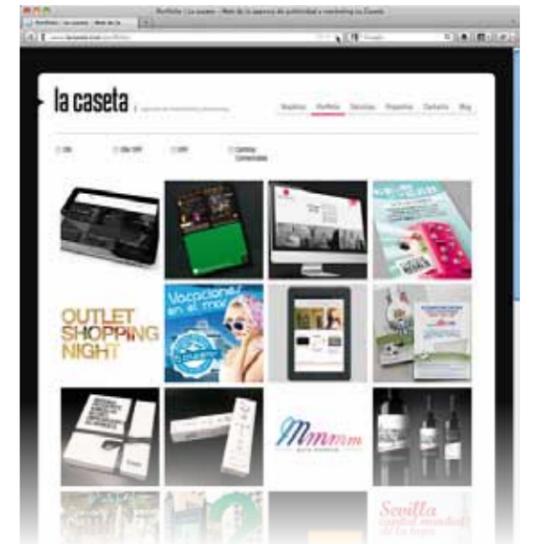
Además, actualmente obtengo el cargo de presidente de la Asociación de Empresarios de la Publicidad de Sevilla (AEPS), donde estoy trabajando activamente para unir al sector y formar una asociación local más fuerte y comprometida posible.

6.-¿Cómo veis el futuro inmediato de vuestro sector, con todas las posibilidades que el canal Internet y el universo del Social Media ofrecen?

La publicidad y el marketing se están reinventando y redefiniendo, y cada vez, es más importante estar atentos al consumidor. El futuro se hace muy incierto, pero en **La Caseta** consideramos que este futuro inmediato va a ser positivo para el sector. Internet es presente y futuro, y ha encontrado en el Social Media un aliado vital para conocer mejor al consumidor, detectar qué demandan y qué desean los clientes. Internet nos permite llegar a cada persona, no a la sociedad en general, y eso es trascendental para el porvenir de la publicidad.



JUAN RAMAS
CEO DE LA CASETA





1104 SANLÚCAR DE BARRAMEDA

C/ Pescadería
Edif. Los Álamos, Local - 1
11540 Sanlúcar de Barrameda
Tel. 956 385 933
Fax 956 385 934



Sanlúcar de Barrameda

La delegación 1104 Sanlúcar de Barrameda comenzó a formar parte de la red en noviembre de 2007, con la delegada Beatriz Benítez, la cual forma parte de NACEX desde el inicio del ciclo de vida de la marca, hace ya 19 años.

La agencia 1104 da cobertura a dos poblaciones: Sanlúcar de Barrameda y Chipiona, dos núcleos importantes de población, con un amplio número de clientes mantenidos gracias a la filosofía de empresa basada en precios razonables y alta calidad de servicio. Hemos logrado una amplia cartera de clientes sin parar de crecer, comenta Beatriz Benítez.

La delegada explica: La decisión de implantar una delegación en esta zona no fue fácil, ya que estábamos en una época inicial crítica para la economía española. Sin embargo, decidimos continuar con el proyecto, aún sabiendo lo duro que podría ser conseguir crecimiento para la empresa. Gracias al equipo de trabajo

que formamos: una agente comercial, los 2 mensajeros, que cuentan con una moto y una furgoneta y las 2 personas de operativa, hemos conseguido notoriedad de marca en la zona, y llegamos a los objetivos diariamente.

También tenemos que nombrar a todos nuestros compañeros de los diferentes puntos de la Red NACEX, gracias a los cuales logramos nuestros objetivos.

Teniendo en cuenta los momentos en los que nos encontramos, y sabiendo que no es muy favorecedor para el mundo empresarial, nunca perdemos la ilusión y nos esforzamos cada día en tener una actitud positiva, manteniendo nuestra calidad de empresa. En general, está siendo una experiencia realmente positiva, estamos recogiendo frutos a pesar de la crisis económica. Nunca pensamos que conseguiríamos la media de envíos mensuales a la que estamos llegando, concluye Beatriz Benítez.

Según la delegada, gracias a la diferenciación, innovación y evolución en el servicio, no nos quedamos estancados en el tiempo, y nos favorece el crecimiento. Es decir, servicios ofrecidos para e-commerce y el PLUSPACK están teniendo una gran aceptación, siendo el último el servicio más demandado por nuestros clientes.

Estamos en contacto continuo con nuestros clientes y nos interesamos por co-

Agencia
1104

Estamos recogiendo frutos a pesar de la crisis económica.

nocer sus necesidades. De esta forma, podemos ofrecerles los servicios y tarifas que mejor se amolden, logrando su mayor satisfacción.

Y acaba: anécdotas puedo contar miles. Por ejemplo, llamar a un cliente por faltar datos en la dirección de entrega, y la buena señora nos explica que vive en

un piso de 100 m², con 3 dormitorios, 2 baños y un salón muy hermoso. O recibir una llamada por parte de un cliente para que vayamos a configurar el móvil que le hemos entregado, ya que el mensajero se había ido muy rápido sin darle explicaciones de cómo funcionaba lo que había dentro del paquete.



BEATRIZ BENÍTEZ
DELEGADA DE LA AGENCIA

01 Forum Auditoría (AFA) certifica a NACEX en la distribución de medicamentos

La Asociación Forum Auditorías (AFA) ha certificado a NACEX como empresa de distribución de medicamentos de uso humano y buenas practicas de distribución (GDP), de acuerdo con la nueva Directiva Europea 2013/C 343/0.1.

Así, los pasados días 19 y 20 de Noviembre de 2013, se llevó a cabo la auditoría en las franquicias 0826 Mollet del Valles y 0803 Sant Cugat del Valles, así como en las instalaciones del C.A.F. de L'Hospitalet de Llobregat, con el resultado del certificado relativo al sistema de Calidad GDP implantado en NACEX.

La Asociación Forum Auditorías (AFA) es una asociación de compañías farmacéuticas que se constituyó en 2005 con el objetivo de establecer una plataforma ordenada para la realización de auditorías y que cuenta entre sus asociados con laboratorios farmacéuticos, tales como: Industrias Farmacéuticas Almirall S.L., Boehringer Ingelheim Group, Laboratorios Dr. Esteve, Ferrer Interna-

cional S.A., Laboratorios Menarini, S.A., Merck Serono Group, entre otros.



02 NACEX en eShow Barcelona 2014

Los pasados 12 y 13 de marzo, tuvo lugar la feria eShowBCN14 que fue el centro de atención en la ciudad condal de todos los actores, emprendedores y empresas, vinculados al canal ecommerce y a todo lo relativo a éste: Social Media, Digital Marketing, Hosting & Cloud, Mobile y Digital Signage.

El flujo de visitantes al stand fue constante durante los dos días, en los que acudieron gran cantidad de emprendedores quienes nos explicaron sus proyectos. Todo el equipo de NACEX quedó realmente impresionado de las buenas ideas que tanta gente tenía en mente, y la firme disposición para ponerlas en marcha.

Aunque fue en la ponencia de Jordi Llauredó sobre tendencias en logística ecommerce, donde hubo un lleno absoluto. La sala se quedó pequeña para la cantidad de espectadores que siguieron la ponencia, que se centró en las principales tendencias claves para este año 2014, tales como: el Big data, la personalización, la mayor presencia de marcas en marketplaces, mobile o la planificación de fechas claves.



01 España, en cuarto lugar de los países de la UE con mayor facturación en e-commerce

Según los datos de la organización E-commerce Europe, durante el año 2013 se alcanzaron los 13.000 millones de euros y se superaron los 13 millones de compradores en Internet. Del estudio se desprende que cada vez más gente compra por este canal



de venta, además cada vez el perfil es más experimentado, se compran más productos, y se ha ampliado el número de categorías de productos.

Así, es en el sur de Europa donde está aumentando más la venta online: de los 128 millones de usuarios activos en Internet que se calculan, 40 compran bienes o productos online. En este grupo se incluyen: España, Italia, Turquía, Grecia, Portugal, Croacia, Chipre y Malta, quienes generaron un retorno de 33,5 billones de euros en el año 2012. Pero es España quien lidera este grupo, habiendo registrado unas ventas totales de comercio electrónico de 12,9 billones de euros, por encima de Italia (9,5 billones de euros) y Turquía (5,4 billones de euros).

02 El 12% de las compras de ofertas online se hacen vía móvil

Las compras realizadas desde dispositivos móviles han ido aumentando año tras año, de manera que supusieron el 12% en 2013, frente al 9% en 2012, según un estudio.

En el estudio se apunta que son las tabletas las que están experimentando un auge mayor, suponiendo ya el 9% del total de compras que se realizan, en detrimento de los ordenadores que descienden del 85% al 79%. Además, analizando más al detalle, por sistemas operativos, es Android el que representa

el 50% de las compras desde smartphones, mientras que iOS de Apple desciende hasta el 41%, 8 puntos menos que en el año anterior.

Además, sociológicamente, son las mujeres las que realizan ya el 70% de las compras y en incremento, sobretodo en lo que se refiere a compras relacionadas con los productos de belleza y salud, en un 90% del total. Por su parte, los hombres son líderes en el área de electrónica e informática, con el 62% de las ventas.



03 Nos seguimos superando, gracias a ti

Como cada año, en NACEX hemos preguntado a nuestros clientes sobre el servicio que reciben por nuestra parte. Queremos agradecer, en primer lugar, la colaboración de todos ellos, sin la cual no sería posible seguir mejorando.

Al realizar el análisis estadístico de los cuestionarios recibidos, hemos podido comprobar la opinión que tienen los clientes en relación al servicio. Dentro de los diferentes aspectos tratados en el informe, las conclusiones más significativas han sido las siguientes:

- En primer lugar, destacamos que se mantiene la participación de clientes en relación a años anteriores. En el presente año, se han recopilado 1.571 cuestionarios de clientes. ¡Gracias!
- Más del 97% de los clientes encuestados, afirma estar siempre o casi siempre satisfecho con los servicios ofrecidos por NACEX.
- Los aspectos más importantes según los clientes son la **Fiabilidad** y la **Calidad** de servicio. El aspecto de menor importancia, es la imagen y en segundo lugar, la atención al cliente.
- El porcentaje de uso de los servicios Web que ofrece NACEX varía entre un 89,4% (Se-

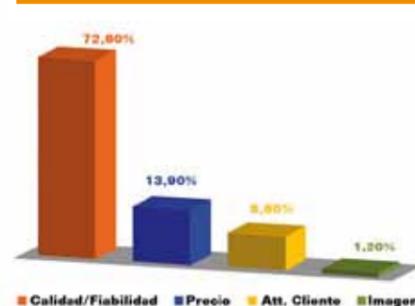
guimiento de envíos) y un 64,7% (solicitud de recogidas). Sobre el uso de las integraciones cabe destacar que el 40,2% de los clientes encuestados utilizan integraciones de NACEX.

- Más del 70% de los clientes afirma que le es útil recibir vía e-mail el estado de los envíos. El canal más importante para solicitar servicios es la página Web con aproximadamente un 43%, superando en un 10% al teléfono, situación inversa a los datos obtenidos el año anterior. Solicitar los servicios vía e-mail sigue una tendencia similar los últimos tres años. A destacar pues que los canales telemáticos (e-mail + Web) significan más del 75% de las solicitudes de servicios.

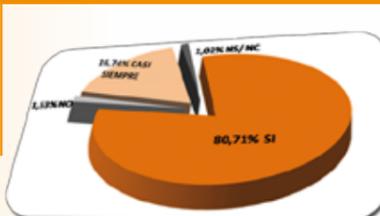
Por último, nos gustaría destacar la objetividad que estamos consiguiendo en la obtención de datos, ya que por quinto año consecutivo, los cuestionarios de calidad se han cumplimentado a través de la página Web (www.nacex.es). Este hecho nos permite realizar un análisis más objetivo y preciso de la opinión que tienen los clientes respecto a la satisfacción de los servicios prestados.

Una vez más, a todos gracias por permitirnos superarnos, año tras año.

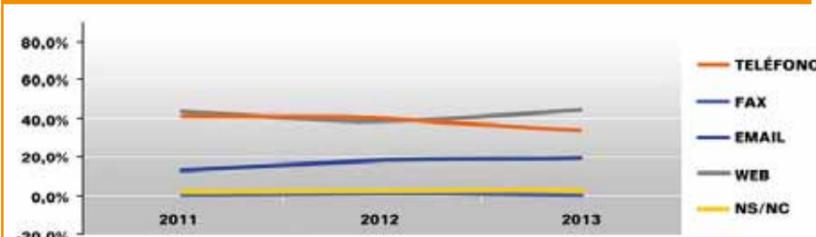
MOTIVOS DE CONTRATACIÓN DE NUESTROS SERVICIOS



¿ESTÁN NUESTROS CLIENTES SATISFECHOS CON LOS SERVICIOS QUE LES OFRECEMOS?



¿QUÉ MEDIO UTILIZA PARA SOLICITAR SERVICIOS NACEX?



ESPACIO 2.0

En este espacio os presentamos apps, blogs y webs interesantes y curiosas para el día a día.

¡ENVÍANOS TUS PREFERIDAS!

@nacex_

El tuit ganador de tu app favorita en Twitter es:



¡La camiseta de Xavi Hernández del F.C.Barcelona, firmada por el jugador, es tuya!

Horizon Visualización de videos más cómoda

A través de los sensores del teléfono móvil, la aplicación Horizon permite mantener la grabación de video nivelada y en la proporción adecuada, en horizontal aunque el teléfono esté grabando en posición vertical, que es la que resulta más cómoda para la mayoría de la gente. Además, incluso si se gira el teléfono, ¡no importa! La grabación se realizará en la cómoda posición horizontal, la óptima a la hora de visualizarlo.

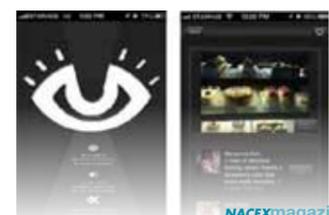
<http://www.evilwindowdog.com/horizon/>



Third Eye Una App muy solidaria

Desarrollada para la Sociedad de Personas con Deficiencias Visuales de Singapur, se trata de una iniciativa solidaria que tiene como único objetivo ayudar a las personas ciegas.

La app combina crowdsourcing y voluntariado y su funcionamiento es realmente sencillo: las personas ciegas toman fotografías de lo que tienen frente a ellas. Los voluntarios, que están suscritos a la aplicación, reciben una notificación y, si lo desean, se toman la molestia de describir la imagen enviada al usuario ciego que ha tomado la foto. Una estupenda acción de microvoluntariado que permite ayudar a los demás, dedicando apenas unos pocos segundos de nuestro tiempo.



Lujo y modernidad low cost

Can U imagine a luxurious hostel at backpacking prices? Este es el reto que lanzan en su página de Facebook los propietarios del albergue **U Hostels**, un concepto de modernidad, lujo pero sobretodo comodidad a precio asequible de mochilero, con todos los servicios al alcance. Ha-

bitaciones compartidas desde 14 euros con wifi gratis, cenas low cost, lavandería, alquiler de bicis y sala de cine son sólo algunos de los servicios que ofrece. Situado en la calle Sagasta nº22, tiene todo lo necesario para hacer turismo sin renunciar a algunos lujos en la capital.

U Hostels | Calle de Sagasta, 22, 28004 Madrid | Tel. 914 45 03 00
http://www.uhostels.com | E-mail: info@uhostels.com



Las delicias de El Madroño

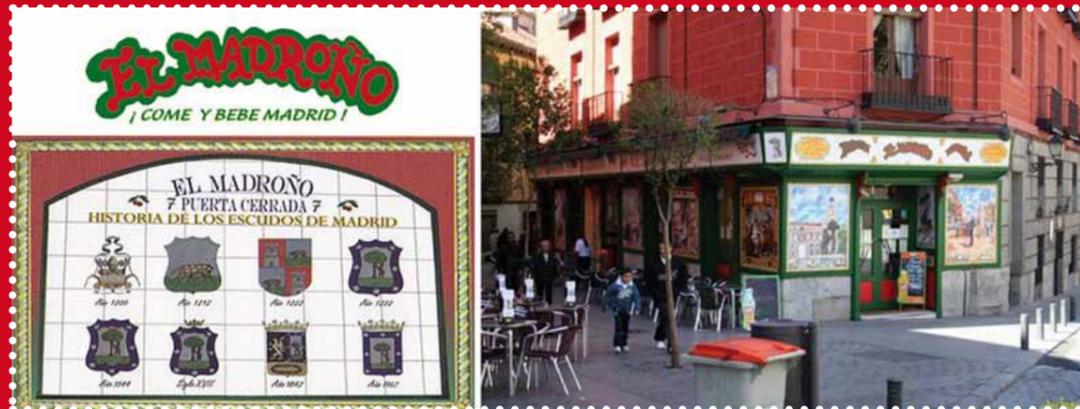
Poco hace falta decir de un sitio mítico en Madrid, donde los visitantes y lugareños coinciden en pleno centro de la ciudad, para degustar la gastronomía típica y de calidad a precios competitivos. Siempre apetece después de hacerse unas fotos por la Plaza Mayor, llegarse

hasta la Plaza de Puerta Cerrada donde sabes que optarás a algo más que tapas a precios para guiris.

Una parada obligada pues, antes de proseguir con la tarde-noche madrileña y su atractiva oferta.

Restaurante-Taberna El Madroño

Plaza de Puerta Cerrada, 7 28005 Madrid | Tel. 913 64 56 29



Moxibustión

La **Moxibustión** es una terapia que proviene de China y consiste en quemar una "moxa" compuesta de hojas secas de una planta llamada Artemisa y aplicar su calor cerca de la piel, sobre puntos del cuerpo que coinciden con los de acupuntura, con el fin de remediar determi-

nadas dolencias. Desde tiempos remotos el hombre observó que el calor aliviaba ciertas molestias; diferentes culturas en todo el planeta han utilizado métodos de curación por el calor, o incluso antes del dominio del fuego, con la exposición sobre piedras calentadas al sol.



De exposiciones por Madrid

No hace falta decir que la oferta cultural que ofrece Madrid es de lo más variada, y cualquiera de las propuestas que ofrece resulta el complemento perfecto a unos días de desconexión en la capital haciendo turismo. Pero hay una que despierta cierta curiosidad precisamente porque explica la historia del Turismo, una necesidad para la mayoría de la gente en el siglo XXI.

Se puede visitar en la Biblioteca Nacional, y resulta un paréntesis perfecto en la

visita a la bulliciosa urbe. La exposición *Visite España. La memoria rescatada* nos ofrece la posibilidad de realizar un viaje por cerca de doscientas obras entre carteles, libros, fotografías y documentos, muchos de ellos inéditos, procedentes de las colecciones de la propia BNE y del Museo Nacional del Romanticismo, entre otras instituciones y particulares que ilustran la trayectoria de la industria turística en la España de la primera mitad del siglo XX. Se puede visitar hasta el 18 de mayo y el acceso es gratuito.

<http://www.bne.es>



Ya nada te separará de tu smartphone

Con el llavero **Athorkey** ya no perderás tu iPhone porque te avisa cuando está más lejos de lo que debería, mediante sonidos y vibración. Además cuenta con un sistema *Find me* (Encuéntrame) mediante el cual, pulsando un botón, localiza el llavero o el teléfono móvil. Además, también avisa cuando recibes una llamada en tu teléfono y, si se pierde la conexión entre ambos dispositivos, el Athorkey envía al usuario un e-mail con los datos de geolocalización del último lugar en que estuvo conectado.



Fabricar tus propios dulces en 3D

ChefJet son las nuevas impresoras capaces de imprimir estructuras de azúcar y chocolate. Como impresora 3D que es, puede imprimir cualquier diseño que

desees en tres dimensiones utilizando azúcar para crear dulces comestibles con numerosas formas: cuadradas, circulares, hechas de azúcar y chocolate.

Un altavoz donde y cuándo quieras

El **Zooka** es un altavoz inalámbrico que, además, incorpora un micrófono, haciendo más práctico el uso de Skype, FaceTime, y a la hora de hacer o recibir llamadas telefónicas. Simplemente se coloca deslizando sobre el borde del portátil y la tableta. Además tiene un soporte de metal desmontable que eleva el iPad en el ángulo de visión perfecto para cualquier experiencia multimedia.



NACEX

Un Desafío de pádel muy consolidado y divertido, en pro de los niños de Masai Mara.

El Desafío NACEX para exfutbolistas Real Madrid-F.C. Barcelona, la antesala del derbi liguero del fin de semana, se celebró el pasado 20 de marzo en el Club de Pádel La Moraleja de Alcobendas.

Exjugadores de la talla de Pavón, Calderón, Dani García, o Luis Milla y Santi Ezquerro, Pichi Alonso, Cuéllar, Reixach, o Julio Salinas, quienes dieron juego también con sus declaraciones a los medios de comunicación, se midieron en la cancha de pádel en un ambiente divertido y distendido, con gran seguimiento mediático.

La causa lo valía ya que los fondos y el material deportivo recaudados serán transportados por NACEX hasta la escuela de Kenia que gestiona la ONG Amigos de Ositeti, en Masai Mara. El juego en las canchas fue trepidante y divertido. Tras una primera fase muy disputada, se celebraron unas eliminatorias apasionantes, hasta que Dani García y Mista se cruzaron en la gran final con Luis Milla y Ángel Cuéllar. El encuentro, muy disputado, terminó con el resultado de 6-3, 3-6 y 7-6 a favor de Dani y Mista. El Real Madrid, pues, se alzó con la victoria en las canchas de pádel.

