**BTS CGO 2014**

**TELEFONÍA MÓVIL Y ROPA INTELIGENTE**

Texte n° 10

*expansion.com*, 26/02/2014

Es una tendencia creciente en la industria y que incluye productos como relojes o pulseras**1** inteligentes que recopilan datos biométricos de los usuarios y permiten, además, interactuar con los smartphones.

Entre las compañías con las que está negociando un acuerdo figuran, según fuentes del mercado, el gigante español de moda Inditex, dueño de marcas como Zara, Massimo Dutti, Pull&Bear, Bershka y Stradivarius, que dispone de más de 6.000 tiendas en todo el mundo, con una facturación anual superior a los 16.000 millones de euros.

Telefónica también podría estar negociando acuerdos o alianzas similares con otros grupos de moda radicados en España como Mango o cadenas textiles de menor dimensión como Desigual. La idea de Telefónica es convencer a estos grupos de distribución para que creen accesorios o incluyan en sus prendas los sensores**2** necesarios para que sus productos puedan ser utilizados como complementos de los smartphones.

Estos dispositivos se han convertido en una de las principales tendencias en la que trabajan los grandes fabricantes tecnológicos, como Samsung, Sony, LG, Huawei o Nokia, como ha quedado patente durante el Mobile World Congress (MWC) que se está desarrollando esta semana en Barcelona.

Por otra parte, la operadora española de telecomunicaciones ha llegado a una alianza estratégica con LG, Sony y Samsung para poner en marcha servicios innovadores o modernizar los actuales, de forma que aprovechen las características de los nuevos dispositivos inteligentes, como relojes o pulseras**1**, y enriquecer así sus servicios para los clientes.

Por ejemplo, TuGo, el nuevo servicio que permite exportar tu número de teléfono desde el smartphone a una tableta o un ordenador personal, se ha modificado para que se pueda contestar o rechazar una llamada desde un reloj inteligente.

Aunque los acuerdos con estos tres fabricantes son los primeros que ha firmado Telefónica, la operadora está abierta a llegar a acuerdos con otros actores del mercado, como otros fabricantes de dispositivos, proveedores de contenidos o de servicios y otras empresas del sector de la moda.

**VOCABULARIO:**

1. una pulsera: *un bracelet*

2. sensores: *des capteurs*