

Microsoft lanza la Surface 3, una tableta tan potente como un portátil

-Incorpora pantalla de 12 pulgadas, procesador Intel de cuarta generación y hasta 8 GB de RAM.

Microsoft lanzó la tercera generación de su tableta-computador: la Surface 3 Pro. Llega al mercado apenas seis meses después de la aparición de su antecesora, la Surface 2. Esta línea de producto ha generado ventas por 2.640 millones de dólares desde su aparición en octubre de 2012, según The Wall Street Journal.

Se trata de ingresos moderados comparados con los del iPad, que vendió 7.600 millones de dólares solo en el primer trimestre del año. Es más, se estima que la línea Surface ha supuesto pérdidas por 2.000 millones de dólares hasta la fecha. Para rematar, esta apuesta de Microsoft solo representa el 4 por ciento de la cuota del mercado de las tabletas, según la consultora IDC.

Aunque las cifras no son alentadoras, Microsoft no ha renunciado a su particular forma de concebir las tabletas. La Surface, desde la primera versión, se ha definido como un sustituto digno de los portátiles. Es un dispositivo orientado al mercado corporativo y viene equipado con el sistema operativo Windows 8. Virtud de sus capacidades técnicas, los voceros de Microsoft incluso comparan la Surface 3 con el MacBook Air; ello comporta que no podría considerarse como una tableta convencional, sino como un equipo de categoría superior.

Ciertamente, hay apartados donde la Surface 3 sobrepasa a una tableta y se coloca a la altura de los portátiles. El producto de Microsoft incorpora entre cuatro y ocho veces más memoria RAM que el iPad Air y su capacidad máxima de almacenamiento llega a 512 GB, frente al tope de 128 GB de su rival de Apple.

"No estamos construyendo hardware por el bien del hardware", dijo Satya Nadella, presidente de Microsoft, en el acto de presentación. "Queremos construir experiencias que reúnan todas las capacidades de nuestra empresa", afirmó.

Como la idea es que la Surface sea un digno reemplazo de un PC, también incluye puertos USB en tamaño completo y un lector de tarjetas MicroSD. Entre los accesorios, se incluyen teclado y funda. El precio: la tableta Surface Pro 3 llega en tres modelos. El más barato se conseguirá en 799 dólares y el más caro en 1.949 dólares.

Otro apartado destacable refiere a su potencia. En Microsoft no se conformaron con equipar la Surface 3 con un Qualcomm 800 o similar, sino que optaron por la cuarta generación de procesadores Intel: i3, i5 e i7. Tal cual como si de un portátil o PC de escritorio se tratase.

La Surface 3 entra a competir contra la Samsung Galaxy Note Pro 12.2 que cuesta alrededor de 750 dólares e incluye Android KitKat 4.4, 3 GB de memoria RAM y 64 GB de

almacenamiento.



opinión:

Sera una tableta que sera tan util como un portatil con un procesador intel de 4 generacion

Samsung presentaría en junio su primer reloj-teléfono

-A diferencia de su línea Gear, operaría de manera independiente y no requeriría un celular.

Samsung Electronics Co Ltd está desarrollando un reloj inteligente ("smartwatch") que puede hacer o recibir llamadas sin tener que estar vinculado con un teléfono móvil, reportó el viernes el periódico The Wall Street Journal.

Samsung, el mayor productor mundial de smartphones, está negociando con operadores de telefonía de Estados Unidos, Corea del Sur y Europa por el llamado "reloj-teléfono2" ("watch-phone"), que sería presentado al mercado entre junio y julio, dijo el Journal citando personas familiarizadas con los planes de la compañía.

Los "smartwatch" que se encuentran actualmente en el mercado, como el Galaxy Gear de Samsung, tienen que estar conectados a un teléfono para recibir y enviar mensajes y realizar otras funciones básicas. Pero el nuevo dispositivo de Samsung, que tendrá el software operativo Tizen de la compañía, puede tomar fotografías y gestionar correos electrónicos de manera independiente.

Además, vendrá equipado con un monitor cardíaco, informó el periódico.

Samsung no quiso hacer comentarios sobre el reporte. Las principales compañías del sector tecnológico, como Apple Inc, Google Inc y Samsung, se lanzarían este año a una carrera por dominar el mercado de dispositivos informáticos que pueden "vestirse", como los relojes.

No está clara cuánta demanda hay para esta clase de productos, como anteojos y relojes inteligentes, pero fuentes de la industria los consideran como la fase siguiente de un cada vez más saturado mercado de dispositivos móviles.





Opiniòn:este sera el futuro de los smartphones y ademas es una prenda que se puede lucir,sera mas practico y mas lujoso.

Apple prepara su semana con todas las miradas puestas en Beats

-El gigante tecnológico estadounidense compró la línea de audífonos por 3.000 millones de dólares.

Apple celebrará esta semana su conferencia anual de desarrolladores de software, uno de los momentos más importantes del año para la compañía y que esta vez llega justo después de anunciar la compra de Beats Electronics por 3.000 millones de dólares.

La adquisición del fabricante de auriculares de gama alta y de su incipiente servicio de música por suscripción, Beats Music, fue confirmada el pasado miércoles tras varias semanas de rumores, y el consejero delegado de Apple, Tim Cook, calificó entonces la operación como una "apuesta de futuro" de la compañía.

Con la celebración esta semana de la conferencia mundial de desarrolladores -la llamada WWDC-, se espera que Cook o algún otro alto responsable de Apple aproveche para dar más detalles sobre cómo va a integrarse en la empresa la mayor adquisición realizada hasta la fecha por parte del gigante informático.

El estupor inicial de la industria al conocerse la operación -tanto por el volumen de dinero, ya que Apple no había realizado hasta ahora ninguna compra por más de 1.000 millones de dólares, como por el tipo de empresa adquirida, un fabricante de periféricos- se disipó en parte tras destacar Cook el "servicio de música por suscripción de muy rápido crecimiento" de Beats.

La compañía de Cupertino (California) lleva tiempo tratando de hacerse un hueco en el sector de la música por suscripción para poder hacer frente a Spotify, una misión para la que Beats Music se erige en un buen aliado. Más allá de los posibles detalles en relación a la adquisición de Beats, la conferencia que se celebrará en el Centro Moscone de San Francisco desde el lunes hasta el viernes se centrará en las novedades y posibilidades del software de Apple.

Salvo sorpresa, está descartada cualquier presentación de un nuevo modelo de iPhone o del largamente esperado reloj iWatch. En este sentido, todo apunta a que la empresa de la manzana mordida presentará una nueva versión de su sistema operativo para iPhone, el iOS 8, algo que viene realizando en cada edición de la WWDC desde 2008. Presumiblemente, el iOS 8 mejorará la aplicación de mapas de su predecesor, el iOS 7, con información precisa del tráfico a tiempo real, e introducirá la nueva aplicación Healthbook, que recoge y centraliza información del resto de aplicaciones relativa a la actividad física y la salud del usuario, como el ritmo cardíaco, la presión sanguínea o el nivel de glucosa en sangre.

También se espera que Apple presente esta semana una actualización de su sistema operativo para ordenadores Mac, el Mac OS X 10.10, que con toda probabilidad será bautizado con el nombre de algún paraje californiano.





Opiniòn:Sera por el bien de apple y asi generara para iTunes, Spotify y otros mas beneficios para este gigante