

## RAINBOW



### CONTACT

Juan Carlos Sanz  
VP Sales Marketing  
RAINBOW COMPUTER WORLD  
Nave Industrial B  
P.I. Can Oller, Parcela 20  
C/ Sardenya s/n  
08130 Sta. Perpetua de Mogoda  
Barcelona, Spain  
Telf: + 34 93 565 07 20  
Fax: +34 935724148  
[madrid@rainbowonline.net](mailto:madrid@rainbowonline.net)  
[www.rainbowonline.net](http://www.rainbowonline.net)

### PERFIL DE LA EMPRESA

La empresa se fundó en 1.997 como consecuencia de una oportunidad clara de negocio en el sector de los accesorios para informática. Se creó para desarrollar, de manera independiente, un negocio que se había empezado a gestar en la empresa familiar que se constituyó en 1.991.

Es entonces, a partir de 1.997, cuando Rainbow empieza su camino en solitario y desde el que se desarrollará, a una gran velocidad, una nueva marca de accesorios y periféricos para España en primer lugar y para Europa a partir de 2003.

### Lineas de Productos Comercializados

---

- Mouse (Ópticos, Portátiles, Sobremesa, Inalámbricos, Gaming)
  - Teclado (Multimediales, Básicos de oficina)
  - Kits de teclado y Mouse
  - Altavoces (Stereo, Sistemas 2.1, Sistemas 5.1 Home Theater)
  - Auriculares (VoIP, MP3, Gaming)
  - Gaming (Joysticks, Game pads – PC, Playstation -, Volantes)
  - Webcams
  - USB HUBs, Lectores de Tarjetas para PC, Cables para PC (red, USB, alimentación)
  - Accesorios (Maletas, Bolsos para Laptops y PlayStation Portable, Soportes de CPU, Atriles para Laptops, Limpieza para ordenadores – Pantallas LCD/Plasma, recuperador de CD, Limpiador de Lector Laser, Aire Comprimido, etc.)
-

Desde el año 2006 estamos inmersos en varios proyectos de desarrollo de marca a través de diseño de producto y de comunicación de marca. El primer proyecto de diseño de productos, un novedoso kit de ratón y teclado inalámbrico de última tecnología (imagen 1), ha visto la luz en Julio de este año y de los demás que estamos gestionando paralelamente, el próximo, un proyecto de diseño de cámaras web, se lanzará a finales de Octubre de este año (imagen 2). A continuación ya se está planificando y trabajando en los proyectos de lanzamiento de una nueva gama de altavoces de alto nivel, una gama de altavoces "entry level" una nueva gama de maletas para ordenador, nuevos ratones de diseño propio y un nuevo kit inalámbrico. Todos estos últimos proyectos se lanzarán a lo largo de 2008. Los proyectos de diseño de producto Rainbow se caracterizan, sobre todo, por un diseño innovador, nada convencional que aporte a los usuarios valores añadidos palpables a nivel de practicidad, fiabilidad, y sobre todo, una imagen agradable y que permita personalizar el puesto de trabajo a gusto del consumidor. Al mismo tiempo que se gestionan los proyectos de diseño de producto, Rainbow está inmerso en una renovación de imagen necesaria para poder comunicar, todos esos nuevos valores y mensaje, a los usuarios de la forma más rápida y coherente posible.

Rainbow pretende, entre otras cosas, acercar la informática al usuario haciendo que a este le resulte agradable trabajar, jugar, navegar, etc...con sus periféricos de ordenador. Rainbow quiere alejarse de la imagen de "hombre gris" que tiene todo lo relacionado con la informática, quiere, en definitiva, aportar soluciones a los usuarios que les hagan la informática más sencilla, más agradable, más acorde con su forma de pensar, de vestir, de actuar.

El nuevo proyecto de Rainbow se podría definir como: Diseño, color, funcionalidad, practicidad, calidad y..."desmaterialización de la informática".

Evidentemente viendo cual es el foco del negocio, se entenderá que todos los proyectos e inversiones van orientados a ganar mayor notoriedad con el objetivo de convertir a Rainbow, en los próximos tres años, una de las marcas de referencia del sector en Europa, situándola entre las 5 más importantes.

### **Mercado al que se dirige**

---

La marca Rainbow se dirige especialmente al gran consumo, por tanto a pesar de que nuestros canales de distribución de producto al principio estaban más centrados en el canal tradicional, nuestra orientación últimamente está muy dirigida a posicionar nuestros productos en el canal Retail y gran superficie. Eso no supone abandonar los canales del inicio pero sí potenciar al máximo las vías de conexión con el gran consumo.