



¿Todavía no eres una tienda oficial ExtraBosch?

Si te conviertes en una tienda oficial ExtraBosch, no habrá nada de Bosch que no puedas ofrecer. Y así tú ganas porque tus clientes vuelven.

www.bosch-home.es/ExtraBosch



Ampliación
de garantía oficial



Repuestos
originales



Accesorios
originales

Con el foco puesto
en los mayoristas

PAE para lucir y
sentirse saludable

Fútbol + televisor
+ cerveza: trinomio
ganador

Especial
Bazar Verano

VIVE



LA UEFA EURO2016™ CON

Hisense



UEFA
EURO2016
FRANCE

Hisense
OFFICIAL PARTNER



CONSIGUE ENTRADAS
PARA LA EUROCOPA POR LA
COMPRA DE PRODUCTOS

Hisense

[FACEBOOK.COM/HISENSEIBERIA](https://www.facebook.com/hisenseiberia)



Universo conectado



El hecho de que navegar por Internet se haya convertido en una de las principales actividades del ocio doméstico plantea una serie de cuestiones nada despreciables.

La primera de ellas afecta a las viejas fórmulas de disfrute del entretenimiento en el hogar, como eran ver la televisión o escuchar música. Ahora, las nuevas generaciones digitales prescinden cada vez más de televisores y equipos de música, aunque sigan consumiendo similares contenidos audiovisuales. Eso sí, desde sus dispositivos móviles como tabletas, portátiles o smartphones. ¿Significa esto el fin de los televisores y de los equipos de música? No sabemos si su fin, pero está claro que han de adaptarse a la nueva realidad, como ya lo están haciendo los fabricantes con los nuevos modelos de smart TV y audio conectado. El televisor sólo para ver canales en directo o el equipo de CDs lucirán en poco tiempo como los viejos tocadiscos de vinilo.

Una segunda consideración, ligada a lo anterior, es que si los usuarios cada vez pasan más tiempo en Internet, la presencia de fabricantes y distribución en la red ha de crecer exponencialmente. Es más, los establecimientos físicos han de poder formar parte de alguna manera de ese ciberocio. El que no ofrezca aún WiFi en su tienda o permita navegar al usuario en el establecimiento a través de algún tipo de dispositivo como pantallas táctiles, ya tarda. Cuántos niños no hacen cola en las secciones de electrónica de las grandes superficies para probar juegos y tabletas, por ejemplo? Esa es una manera de dar a conocer el producto y de contribuir a crear una experiencia de compra de lo más placentera y entretenida.

Tener en cuenta a las nuevas generaciones, a los llamados millenials, a la hora de desarrollar nuestros negocios es una clara apuesta de futuro.



En portada
Bosch

Dirección editorial / financiera: administracion@globalcc.es

Redactor jefe: Javier Gómez
javier.gomez@globalcc.es

Redacción: Eva Durán
redaccion@globalcc.es

Directora de publicidad: Luisa Perales
l.perales@globalcc.es

Dirección de arte / Diseño: Xavier Lanzas
dsgn@globalcc.es

Suscripciones: contabilidad@globalcc.es

Impresión: Comgrafic, S.A.
D.L.: B-33-762-67

¡Síguenos!

facebook.com/SonitrónNoticias



twitter.com/RevistaSonitrón

Sicília, 93, ático 08013 - Barcelona - España

Tel. 902 887 011 / 93 556 95 00

Fax. 93 556 95 60

www.sonitrón.es - sonitrón@sonitrón.es

Desde 1967

Contenidos

413

3 Editorial

Universo conectado

6 On / Off

8 Curiosidades

Actualidad

10 Entrevista con Jaime de Jaraíz,
presidente de LG España

16 Quality Tour 2016 de Frigicoll

18 Beko se gana un sitio en el
mercado

44



55



59



52



56



60

20 Breves

22 Con el foco puesto en los mayoristas

24 Habla Paulí Amat, country manager de Tech Data España

Producto

30 PAE para lucir y sentirse saludable

38 Fútbol+televisor+cerveza: trinomio ganador

44 Especial Bazar Verano:

46 Gama Blanca

47 Electrónica de Consumo

50 PAE

Ferias

52 Melco

55 CeBIT

56 IFA

59 CE China

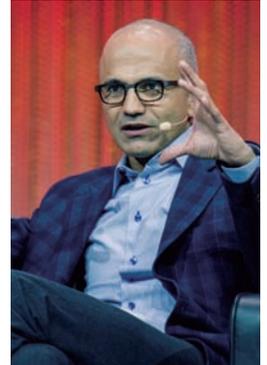
60 Eurocucina

64 Calendario

66 Breves

El lado filantrópico de Microsoft

Satya Nadella, CEO de Microsoft, anunció en enero de este año una nueva iniciativa para asegurar que los recursos de computación en la nube de Microsoft generen beneficios a la sociedad. De esta forma, Microsoft donará servicios cloud por valor de 1.000 millones de dólares a ONGs y centros de investigación universitarios durante los próximos tres años, a través de Microsoft Philanthropies, una división que la compañía ha creado recientemente con el objetivo de mejorar la inclusión digital y trasladar a la sociedad los beneficios de la tecnología. Con esta iniciativa, Microsoft quiere garantizar que los servicios en la nube generen beneficios reales a la sociedad en su sentido más amplio, al proporcionar más recursos cloud para organizaciones no lucrativas.



Nuevas tecnologías y nuevos riesgos

La firma Monsan alerta del aumento exponencial de delitos y fraudes a través de dispositivos móviles. El 67% de los menores de 15 años tiene móvil, el 45% de los menores accede a la red desde dispositivos que no poseen filtros de contenidos y el 53% de los españoles es adicto al móvil. Asimismo, se incrementa también la Nomofobia -el miedo a salir de casa sin el teléfono- y el 40% de los jóvenes, entre 18 y 30 años, asegura que no puede vivir sin su smartphone.

Estos datos demuestran que existe una despreocupación generalizada, especialmente entre los más jóvenes, por su privacidad identitaria que degenera en: exposición de información personal y confidencial, falta de protección ante desconocidos, grooming o ciberacoso sexual, cyberbullying o acoso escolar a través de Internet; en definitiva, una mayor probabilidad de ser víctima de algún tipo de fraude o estafa. Las cifras no engañan, el 12,8% de los jóvenes ha utilizado páginas de contenido sexual por curiosidad. El 9,1% ha falsificado su identidad en foros, chats, o redes sociales, y el 7,8% ha enviado por mail fotos de otra persona para reírse con sus amigos.

Un acceso a Internet de calidad

El futuro es presente, al menos cuando se habla de electrodomésticos inteligentes y del Internet de las Cosas. Pura palabrería para los millones de ciudadanos que aún no tienen acceso a Internet como Dios manda. Y no hace falta irse a los países subdesarrollados para reclamarlo. En España, más de 170.000 catalanes no tienen acceso a Internet a través de las operadoras convencionales de ADSL, Fibra Óptica o WiMAX, según un estudio realizado por la operadora de servicios por satélite Quantis que incluye datos de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones. Se trata de un total de 175.281 catalanes que en su mayoría se localizan en zonas con escasa densidad de población o de difícil acceso, donde la cobertura de las grandes operadoras no supera en ningún caso el 30%. Zonas de la Comunidad Catalana donde también hay numerosas empresas, en su mayoría pymes, que ven dificultad en su actividad empresarial por la ausencia de unas comunicaciones vitales para el negocio.

DAIKIN
Climatización



Si quieres disfrutar del mejor aire acondicionado durante el verano y de la bomba de calor más eficiente en invierno, sólo hay una cosa que puedes hacer:

HAZ
DAIKIN

La tecnología que cambia el mundo



Más información
www.daikin.es

INVERTER

Máxima eficiencia
energética





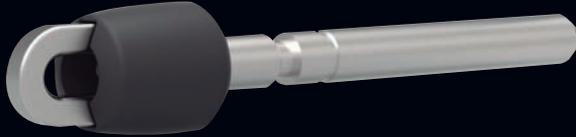
Ksix ofrece FIT JUMP, ideal para registrar la actividad física cuando se salta a la comba. Utiliza la aplicación gratuita JUMP+ del desarrollador CooSpo, disponible en iTunes Store. La comba deportiva cuantificadora Fit Jump Ksix, con Bluetooth 4.0 y batería de 500 horas de duración, cuantifica la velocidad de los saltos, el número de veces que salta la comba, el tiempo de ejercicio y las calorías quemadas. Su precio son 49,90 euros. www.ksixmobile.com

Nu Skin, especialista en el desarrollo de productos innovadores para promover la salud y la longevidad de la piel, presenta ageLOC Me, un sistema anti-envejecimiento compuesto por un evaluador digital de la piel con dosificador. ageLOC Me incorpora el dispositivo inteligente, el Set de Referencia que incluye tres sérums, una crema hidratante de día y una hidratante de noche, un conector de sérum, un estuche de viaje, 4 pilas AA y una guía de inicio rápido. Tras 14 días desde el comienzo del tratamiento se puede realizar la "Evaluación de la Piel" a través de una App gratuita. En menos de 10 minutos y mediante 30 preguntas, un algoritmo inteligente exclusivo de Nu Skin establece un código de diagnóstico totalmente personalizado que determina el tratamiento más adecuado según las respuestas aportadas. El PVP del dispositivo ageLOC Me es de 553 euros y el del Set Personalizado, 246 euros. www.nuskin.com



Ideal Conceal sacará a la venta este año en EE.UU. una pistola con forma de smartphone. El arma, que podrá disparar hasta dos balas del calibre 380 tiene la forma de un teléfono móvil y puede desplegar una culata que le da la forma de pistola clásica. Saldrá a la venta por 395 dólares. www.idealconceal.com

Gracias al uso de la tecnología holandesa LORA, de KPN, **Mobilock** se convierte en la primera cerradura del mundo para bicis conectada al Internet de las Cosas (IoT). El sistema para compartir bicis que usa una aplicación del smartphone para abrir la cerradura ya puede controlar y localizar todas las bicis en tiempo real, independientemente de dónde estén y en cualquier momento, sin usar el GPS. www.mobilock.nl



Alumnos de la Universidad Dalian Nationalities en China han desarrollado un prototipo de bicicleta lavadora denominado **Biwa** (Bike Washing Machine). En esencia, se trata de una bicicleta estática que alberga un tambor de lavadora en una de sus llantas, de manera que éste se mueve con la energía que se genera al pedalear. De esta forma se consigue lavar la ropa, hacer ejercicio y ahorrar electricidad.

www.dlnu.edu.cn/english/



El nuevo vaporizador de prendas ClearTouch Essence de **Philips** incluye la tapa para fragancias MyEssence, que proporciona una potente salida de vapor aromatizado, para dotar a las prendas del aroma deseado. El vapor extrapotente que expulsa, además de eliminar las arrugas en sólo unas pasadas, también es capaz de acabar hasta con un 99,9% de las bacterias en la ropa. El nuevo vaporizador Philips ClearTouch Essence, modelo GC535/35 ya está a la venta en España, con un PVPR de 161,99 euros (IVA incluido).

www.philips.es

LG celebra su 20 aniversario en España



El presidente de LG España, Jaime de Jaraíz, hace balance de los 20 años de LG en nuestro país y habla del futuro



Jaime de Jaraíz.

Con motivo del 20 aniversario de la presencia de LG en España hablamos con su presidente en nuestro país, Jaime de Jaraíz.

¿Dónde estaba hace 20 años cuando se produjo el desembarco de LG en España?

En 1996, trabajaba para Danone como responsable de ventas y director de un equipo de casi 20 personas. Creo que fue un año clave para mí a nivel profesional: ese año coincidió con mi llegada a Philips, donde trabajé hasta 2005, como Director del área de negocio de Televisión para España y Portugal. Mi siguiente paso fue mi incorporación a LG como Director de la unidad de negocio de Home Entertainment, hace ahora poco más de 10 años.

¿Cómo ha cambiado el mercado español a lo largo de estas dos últimas décadas?

En estos 20 años hemos cambiado mucho, no sólo como mercado de la electrónica de consumo, sino también como consumidores. Y a ello hemos contribuido mucho los fabricantes. Hace 20 años, apenas empezábamos a hablar del acceso mayoritario a Internet o a teléfonos móviles.

Ahora, nos parece inimaginable vivir sin un correcto funcionamiento de Bluetooth o NFC, conectividad wireless entre dispositivos, o calidades de imagen como 4K, y tecnologías como OLED. En estos 20 años la tecnología ha avanzado radicalmente, ha reinventado lo que entendíamos como innovación en 1996 y el mercado español ha evolucionado exigiendo e incorporando cada vez más rápido las innovaciones tecnológicas, a ritmos que igualan o superan mercados como el americano o el inglés. Un buen ejemplo es el dato de penetración de smartphones en nuestro país, o el de acceso a banda ancha, por encima de la media europea. Ha sido clave el fabricante, pero también el consumidor español, cada vez más exigente y conocedor de las vanguardias tecnológicas globales,

Nuevas lavadoras SPA

Todo el mimo y el cuidado de un SPA para tu ropa



Ecoeficiente



Tambor Softcare



Certificación Woolmark



Bajo nivel de ruido

¿Recuerdas esa sensación de bienestar, relajación y cuidado que experimentas cuando te sumerges en un spa? Te presentamos la nueva gama de lavadoras premium SPA.

La única que trata las prendas como si las lavaras a mano

- **Ecoeficiente, clase A+++.** Ahorra hasta 50% de energía y 25% de tiempo.
- **Nuevo tambor Softcare.** Reduce la resistencia al agua y trata mejor la ropa.
- **Certificación Woolmark.** Garantiza que SPA es idónea para el cuidado de las prendas de lana.



A REAL HOME. A REAL TEAM



Sede de LG España en la Rozas (Madrid).

Y cada vez más interesado en conseguir que su compra tecnológica tuviera un papel funcional, y otro de imagen. En estos 20 años la tecnología se ha convertido también en una seña de identidad, un elemento de diferenciación para quienes la tienen.

En estos 20 años hemos asistido también a la convergencia entre dispositivos, la digitalización de contenidos y la consolidación del comercio online. Queremos que nuestros equipos hablen entre sí, se entiendan y reaccionen según nuestras necesidades. En este sentido, LG siempre ha estado al frente de soluciones impulsoras del conocido Internet of Things, por un lado, y por otro, de la incorporación de contenidos digitales de vanguardia tanto para nuestros televisores como smartphones. Como consumidores, en 2016 somos mucho más digitales que hace 20 años: nos informamos y decidimos sobre nuestra próxima compra a través de soportes digitales. Y esto afecta claramente a la forma en que se comercializan los productos. El canal de distribución se ha actualizado enormemente en este tiempo en un triple sentido: ofreciendo mayor información y soluciones online a los consumidores –incluida la venta–; en segundo lugar, ampliando su oferta de producto y su diversificación, además de su especialización para generar valor. En definitiva, se está adaptando a los propios cambios en los hábitos de consumo en el mercado electrónico.

¿Cómo ha sido la evolución de la marca LG en todo este tiempo y cómo es percibida ahora por el consumidor español medio?

Tenemos la enorme suerte de situarnos de forma reiterada en las primeras posiciones de conocimiento y preferencia de marca por los consumidores españoles, en todas nuestras categorías de producto. Estos años de LG en España han tenido una evolución clara desde el aterrizaje de la marca, hasta la penetración en el mercado de forma mayoritaria, la década 2000-2010, que es cuando LG alcanza la primera posición en ventas de televisores en España, y la consolidación de la marca. Los datos más recientes con los que contamos siguen ubicando a LG en el pódium de las marcas corporativas más conocidas y más atractivas para los españoles.

Si no nos equivocamos, actualmente, en consumo, LG trabaja en España las gamas de Electrónica de consumo, Gama Blanca, PAE, Telefonía y Climatización, ¿qué gamas de producto están teniendo mayor éxito en el mercado español?

LG España se estructura en España en las áreas de Home Entertainment (televisión y audio); Home Appliances (aspiración, lavado y refrigeración); B2B (donde entran categorías de producto como digital signage, aire acondicionado y climatización, e IT); y Mobile Communications (Móviles y accesorios). Acogiéndonos a cifras de ventas, es definitivamente televisión el área de mayor calado en el mercado español y de forma reiterada cada año, tanto en volumen como en valor. Además, en audio/vídeo somos también número uno desde 2006. Nuestra posición en el área profesional es también muy destacada, con cifras especialmente significativas en señalética (con más de 12.000 pantallas implementadas en los últimos 2 años) y, de forma especial, en las soluciones de aire acondicionado y climatización profesionales.

Estos datos de mercado distinguen la preferencia y fidelidad de los consumidores españoles hacia LG, que es para ellos garantía de innovación, calidad y durabilidad. En este sentido, 2016 es un año clave para las categorías de frío y lavado, donde presentaremos en breve los equipos de mayor garantía del mercado, nada menos que 20 años. Y, de forma, especial, telefonía, que con el LG G5 & Friends marca un hito al presentar el primer smartphone modular y, con él, una nueva forma de entender el entretenimiento móvil. Las cifras preliminares de pre-compra auguran muy buenos resultados para LG.

Hablemos de servicio. ¿Con qué plazos de entrega trabajan para la distribución? ¿Qué garantías ofrecen para el usuario final y cómo es su servicio posventa?

Estamos volcados en nuestros consumidores: en escucharles y ofrecerles productos y servicios adaptados a sus preferencias y necesidades, y también volcados en resolver cualquier tipo de duda o incidencia que pudieran tener respecto al producto LG que acaban de



He contado:

1.344 siestas acurrucados
320 noches sin dormir
12.435 carcajadas
20.764 abrazos

14 años de historias juntos, 1 solo aire acondicionado.

Los aires acondicionados Mitsubishi Electric estamos hechos con la tecnología más avanzada para que, mientras cambian las cifras de tu vida, yo siga siendo el mismo.

TECNOLOGÍA CON LA QUE PUEDES CONTAR

Descubre mi historia en www.mitsubishielectric.es

 **MITSUBISHI ELECTRIC**
AIRE ACONDICIONADO

adquirir. Entendemos el área de servicio como parte extendida del producto, no sólo un complemento, y ofrecemos a nuestros usuarios y clientes –profesionales y/ o de consumo- uno de los servicios más avanzados y premium del mercado de electrónica de consumo nacional.

Eficiencia, atención personalizada, y máxima disponibilidad son nuestros pilares. LG tiene un amplio equipo de profesionales destinados a atender los incidentes de nuestros clientes en cualquier momento, tanto a través de correo electrónico, como teléfono, en cualquier lugar del país, y de la forma más eficiente, rápida y organizada posible. Con la incorporación de las redes sociales y la disponibilidad de un blog propio en nuestra página web –BlogdeLG.com- multiplicamos el servicio de resolución de dudas de nuestros usuarios. Hemos reducido al máximo los tiempos de resolución de incidencias y mejorado los ratios de conformidad de nuestros usuarios. Disponemos de datos que nos sitúan como la compañía de menor recepción de reclamaciones, y eso es sólo gracias a un servicio excelente, rápido y profesional.

Son muchas las marcas y productos que copan el mercado ¿qué ofrece de diferente LG para distribuidores y usuarios finales?

Me gustaría dar dos cifras: más de 40 premios recibidos en el Mobile World Congress 2016 a la innovación de nuestro LG G5 & Friends; y 32 premios RedDot de Diseño a nuestros televisores LG OLED TV. Estos casi 80 premios han llegado en apenas dos meses. Por tanto, nuestra innovación tecnológica y nuestra apuesta por el diseño distinguen a los dispositivos LG como una apuesta segura para distribuidores y usuarios finales a la hora de elegir su próxima compra.

¿Cuál es su estrategia de ecommerce?

Creemos firmemente en llegar al consumidor con nuestros productos a través de cualquiera de los canales que están disponibles. Cada consumidor elige la forma y el lugar en que quiere realizar su compra, y LG quiere estar en todas ellas.

Trabajamos estrechamente con las plataformas de venta online de los principales retailers del mercado y apoyando así su propia estrategia de expansión a través de soportes digitales. Paralelamente, y debido a la propia naturaleza de nuestro negocio, no hemos dejado nunca de apostar por el canal tradicional de distribución, donde se sitúa además gran parte del tejido empresarial y comercial del país, y al que acuden una gran mayoría de nuestros consumidores. Somos coherentes con un mercado cambiante, en constante evolución, donde el propio canal está adaptándose a los nuevos tipos de consumidores.

¿Qué ventas registró LG en España en 2015 y que previsiones tienen de cara al presente 2016?

Solemos compartir datos globales de compañía. En este sentido, en 2014 alcanzamos los 55,9 billones de dólares. A nivel nacional, creemos que 2016 será un buen año para nosotros, apoyado en la innovación de nuestras LG OLED TV y en toda la gama de producto nuevo de todas las categorías, desde gama blanca a B2B, y por supuesto, movilidad con LG G5 & Friends.

¿Cómo ve a LG en el mercado español de aquí a 5 años? ¿Y dentro de 10?

El mercado responderá a un consumidor más social, más conectado, más pendiente de sacar todo el provecho profesional y disfrutar de las mejores experiencias de entretenimiento a la tecnología. Un consumidor aún más informado y exigente, que busque dispositivos interconectados e inteligentes, capaces de, por fin, ofrecer una experiencia de Internet of Things extendida, y donde el diseño aplicado a la tecnología cobre verdadero protagonismo.

Estamos ya viendo los primeros pasos en ese sentido: LG ha presentado hace poco su marca Premium LG Signature, de momento con cuatro productos de gama marrón y blanca, pero que irá creciendo e incorporando nuevos equipos que respondan a las premisas de calidad extrema, innovación máxima, interconectividad y diseño excelente. Con tecnologías como OLED que, aplicada a televisión en nuestros modelos de LG OLED TV y LG Signature OLED TV, está abriendo camino a pantallas ultradelgadas, de apenas varios milímetros de grosor y de máxima resolución y calidad de imagen, con mayor rango de colores que cualquier otro televisor actual. La tecnología OLED abre además nuevas posibilidades para la señalética profesional en entornos retail, restauración y, especialmente, marketing de exterior. En breve veremos cómo cambia el mercado profesional.

Un gran avance en hogar conectado llegará de la mano de la gama blanca, donde presenciaremos equipos inteligentes- no sólo por su conectividad con otros dispositivos de la casa, sino por su capacidad de mejorar la eficiencia y reducir el consumo eléctrico. Y, por supuesto, los smartphones seguirán siendo el eje central de la experiencia de entretenimiento móvil. En este sentido, LG G5 & Friends, que acabamos de presentar, arranca una nueva era en la telefonía: el dispositivo modular, totalmente customizable según las preferencias del usuario. Un smartphone que se transforma. Definidamente, el mercado de la electrónica de consumo que veremos en 10 años tiene sus raíces en las innovaciones que fabricantes como LG estamos presentando en 2016.

Patrocinador
oficial de
*la dieta
de mañana*

Nuevos Frigoríficos Beko con tecnología EverFresh+®

Mantiene fresca la fruta y la verdura hasta 30 días.

La tecnología EverFresh+® controla la humedad de forma precisa a través de canales de aire para que la fruta y la verdura mantengan su frescura hasta 30 días. De este modo, puedes empezar tu dieta mañana, cada día.

beko



beko.es

Patrocinador
oficial de
tu día a día

beko

Quality Tour 2016 de Frigicoll

Frigicoll realiza un roadshow por España para presentar las novedades de Liebherr, De Dietrich y Falmec



Imagen del Quality Tour de Frigicoll en las instalaciones de Sant Just Desvern (Barcelona) el pasado 28 de abril.

El Quality Tour 2016 de Frigicoll, que visitará hasta primeros de junio diferentes ciudades españolas, pasó a finales de abril por Barcelona. En el mismo, donde participaron el director general de Frigicoll, Juan Sabrià, y el responsable de la unidad de negocio de electrodomésticos, Josep Maria Calvo, se mostraron a los distribuidores de la zona, las últimas novedades en electrodomésticos de las marcas Liebherr, De Dietrich y Falmec.

Lo más novedoso del fabricante alemán de frigoríficos premium, Liebherr, es la nueva serie Blu Performance, con modelos combi No Frost como el CBNPbs 4858, equipado con ventilación dinámica y compresor inverter en la zona inferior, que permiten una trasera plana y limpia. Otras características incluyen mayor capacidad, eficiencia energética A+++ -20%, pantalla táctil de control de 2,4 pulgadas en la puerta, menor nivel de rumorosidad (menos de 37 decibelios) y tecnologías Duo Cooling (dos circuitos de frío regulables de forma independiente, para congelador y frigorífico), Biofresh y cajón BioCool.

En cuanto a De Dietrich, destaca su amplia combinación de referencias de placas de cocción y hornos en anchos de 60 y 45 cm, con diferentes tipologías de cocción (a baja temperatura, a vapor...), acabados y tiradores.

Por su parte, del fabricante italiano de campanas extractoras, Falmec, llaman la atención sus modelos silenciosos, gracias a la tecnología NRS, así como las campanas de la serie E.Ion, que purifican el aire, eliminando virus, bacterias, esporas y malos olores.

Frigicoll ha iniciado este año una nueva etapa de mayor actividad que, junto con las acciones para dar a conocer las nuevas gamas, incluye la próxima apertura, este otoño en el centro de Madrid de un Frigicoll Galery, un showroom de producto para profesionales que acogerá diversas actividades formativas y de divulgación.

MEDISANA®

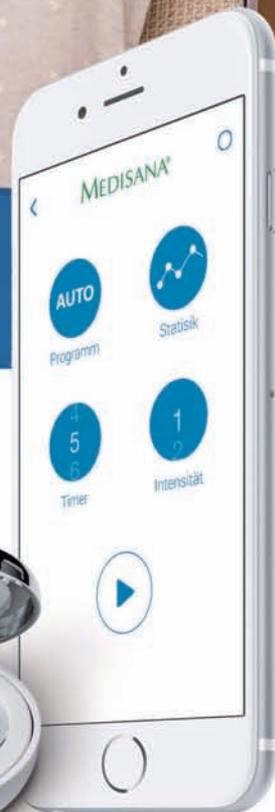
Tonificador muscular con control mediante App BT850



Tonificador muscular BT850

El nuevo tonificador muscular de Medisana es un método fácil y eficaz de estimular o relajar ciertos grupos de músculos, como procedimiento adicional al entrenamiento diario. Con el estimulador BT850 se pueden estimular grupos de músculos concretos gracias a sus electrodos autoadhesivos. Además, su tamaño compacto lo hace ideal para llevar de viaje.

 **Bluetooth™**
SMART



Beko se gana un sitio en el mercado

El fabricante turco de electrodomésticos ocupa el segundo lugar del mercado europeo en unidades



Equipo directivo de Beko en las instalaciones de Barcelona.

El pasado 30 de marzo tuvo lugar en la sede de Beko en Barcelona un encuentro de los principales responsables de la marca en nuestro país con la prensa para hacer balance de la trayectoria de la marca, presente en España desde 2005, y para dar a conocer la nueva campaña con el Fútbol Club Barcelona.

Actualmente, Beko es la marca internacional de gama blanca del grupo turco Arçelik, número dos en Europa por volumen, habiendo registrado, entre 2008 y 2014 el crecimiento más rápido de mercado a nivel europeo, según GfK.

En España, la marca Beko centrada de forma exclusiva para línea blanca, desembarcó en 2005. En 2008 su cuota de mercado era del 1,2%, y en 2015 alcanzó el 7%.

Actualmente, Beko ocupa la tercera posición del ranking de marcas en nuestro país por unidades vendidas, destacando como la número 1 en congeladores. De hecho, Beko registró en 2015 el mayor crecimiento en la categoría de productos de frío del mercado español.

Pero más allá de clasificaciones, como explicó su Director General en España, Cem Akant, lo más importante para Beko es que los clientes estén satisfechos con sus productos, y contar con el respeto de sus competidores.

Durante el pasado ejercicio, la marca incrementó su facturación en el mercado ibérico un 10%, en línea con el crecimiento de los tres últimos ejercicios, y sumó cerca de 115 millones de euros.

De cara al presente ejercicio 2016, en que las previsiones del mercado son positivas para nuestro país, el Director General de Beko España dijo, que esperan registrar un crecimiento incluso superior al del sector.

Como también apuntó Manuel Royo, Marketing Manager de Beko España, los pilares que han hecho posible estos buenos resultados son, por un lado, un catálogo de producto completo y sólido, con 184 referencias en todas las categorías de gama blanca, que tiene en la tecnología y la satisfacción de los usuarios su razón de ser.

Nueva Campaña

Por otro lado, Royo comentó las acciones de comunicación puestas en marcha por Beko en los últimos años, vinculadas a los valores del deporte (patrocinio del FC. Barcelona, del Mundial de Baloncesto, etc) y a prescriptores de prestigio, como el famoso cocinero Martín Berasategui. En este sentido, el responsable de marketing de Beko España avanzó la nueva campaña internacional de la multinacional, iniciada con el clásico Barça-Madrid de primeros de abril, y que está centrada en la marca como el partner oficial del día a día de los usuarios.

Beko es la marca internacional de gama blanca del grupo turco Arçelik, número dos en Europa por volumen, habiendo registrado, entre 2008 y 2014 el crecimiento más rápido de mercado a nivel europeo, según GfK.

Y es que Beko quiere incidir en poner las necesidades de los usuarios finales en el foco de su estrategia, como una marca cercana a las personas y que les ayuda a diario, contribuyendo a permitirles ganar tiempo para el ocio. En este sentido, tanto Akant como Royo coincidieron a la hora de comentar la necesidad de la marca de seguir dándose a conocer en el mercado español, y de mostrar sus ventajas, que el propio Director General de Beko España resumió como productos y servicio de calidad a precios atractivos.

www.beko.es

Cumpleaños de Martín Berasategui

En el marco del cumpleaños del chef Martín Berasategui, tuvo lugar a finales de abril en Barcelona una acción protagonizada por el cocinero, donde se dieron a conocer nuevos productos de la marca Beko. Concretamente se presentaron cuatro nuevos frigoríficos, equipados con la tecnología Everfresh+, desarrollada por los ingenieros de la marca para mantener frescos los alimentos hasta 30 días, gracias a su flujo de aire y el control avanzado de humedad. El revolucionario sistema de Everfresh + comprueba constantemente y dosifica el flujo de aire para asegurar la máxima frescura durante más tiempo.

En el evento también se dieron a conocer los nuevos hornos con tecnología Surf, una característica única en el sector que consigue repartir el calor del horno homogéneamente para una cocción uniforme de los alimentos.

Junto al modelo de horno BCS18500X se presentó su complemento ideal, el DRW 11401 FB, un cajón-compartimiento que consigue calentar los platos ya preparados a una temperatura máxima de 80°.

En días previos al evento, la compañía invitó a sus fans a proponer una receta única para que el equipo de Martín Berasategui pudiera reinterpretarla y ofrecerla al chef como regalo en el día de su cumpleaños. Tras más de 230 recetas propuestas en el concurso, el jurado, compuesto por el equipo directivo de Beko y algunos cocineros del equipo de Martín Berasategui, escogió una receta dulce: tarta de tres chocolates.

A la participación en el concurso se sumaron los mensajes de felicitación para el homenajeado, que consiguieron más de 2.000 interacciones con el post en cuatro días de concurso. La publicación impactó a más de 100.000 personas.

Con esta acción, Beko continúa apostando por el mundo tecnológico unido a la cocina. Tras una primera acción en Twitter con el hashtag #Tweetandcook, donde sus seguidores pudieron seguir la primera Master Class de cocina online a tiempo real, la acción "Tarta para Martín" demuestra la voluntad de Beko de seguir desarrollando nuevas ideas de comunicación en sus canales sociales.



Los responsables de Beko España junto a Martín Berasategui.

Dani Sordo, la nueva imagen de marca de Innjoo España

Dani Sordo, piloto de Hyundai i20 WRC, será el eje central de la nueva campaña de publicidad de Innjoo España, en la que, por primera vez, la firma cuenta con la figura de un prescriptor. Se trata de uno de los pilotos más experimentados del Campeonato del Mundo de Rallies (WRC, World Rally Championship) de la FIA, todavía en competición, con más de 100 rallies en su haber a los 30 años de edad. Dani Sordo es ganador del Campeonato de España de Rally en el año 2005 y del Rally de Alemania de 2013, y es uno de los tres pilotos españoles que ha ganado algún rally en el WRC. Actualmente forma parte del equipo oficial de Hyundai.

Nueva etapa de NPG Technology

La participación en Melco 2016 supone el inicio de una nueva etapa para NPG, tras un año de reestructuración y cambios, en el cual se ha realizado un gran esfuerzo para continuar con la investigación en equipos I+D+I para el desarrollo de Smart TV y de nuevas líneas de negocio enfocadas a videovigilancia y a un PAE específico de cafeteras de cápsulas.

Se contrae el mercado mundial de smartphones

Según la consultora Juniper Research, las ventas de smartphones a nivel mundial cayeron un 6% en los tres primeros meses de 2016, hasta las 320 millones de unidades. Apple experimentó el primer bajón interanual significativo de ventas de sus iPhone, atribuible al éxito de ventas de la serie iPhone 6 durante 2015. Con pocas novedades últimamente, las ventas han vuelto a los patrones de crecimiento usuales tras el boom experimentado en el cuarto trimestre del año.

Dos jornadas de AFEC sobre la bomba de calor

Una Jornada Técnica en Mallorca y una ponencia en la feria Expoenergía de Langreo (Asturias), en abril y mayo respectivamente, han sido las dos últimas intervenciones de AFEC para promocionar la bomba de calor, en el curso de las Jornadas Técnicas que AFEC (Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización) está realizando a lo largo de toda la geografía española, dentro del marco del Plan de Promoción de la Bomba de Calor.

Sobre el Real Decreto 110/2015 de RAEEs

Según ANFEL, existen en el mercado determinadas marcas de electrodomésticos pertenecientes a fabricantes con sede en otros países que no han nombrado un representante autorizado en España, a efectos de cumplimiento del Real Decreto 110/2015 de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEEs). En consecuencia, y en base a dicha legislación, los distribuidores que comercializan estas marcas se convierten en productores, debiendo cumplir automáticamente con todas las obligaciones que la legislación de residuos establece para los mismos.

Kyoto Electrodomésticos se une a CANDELSA

CANDELSA, plataforma que agrupa a las tiendas Tien 21 y Confort Electrodomésticos en Cataluña, Aragón y Baleares, cuenta, desde el pasado 1 de mayo con un nuevo socio. Se trata de la enseña Kyoto Electrodomésticos, que agrupa una treintena de tiendas, concentradas la mayoría en Barcelona y su área metropolitana.

Acuerdo entre Cadena Elecco y Cenor

Cadena Elecco-Grupo Coblancia, S.A., empresa gestora de Cadena Elecco, junto con la totalidad de su estructura de asociados, se integrará en Segesa a partir del próximo 1 de abril, tras el acuerdo comercial alcanzado con Cenor, S.L. El acuerdo entre Cadena Elecco y Grupo Cenor, este último perteneciente a SEGESA, ha sido posible por que ambas organizaciones comparten muchos valores empresariales. Esta alianza permitirá a ambas partes la búsqueda de sinergias y estrategias conjuntas con el objetivo de ampliar su operatividad y afrontar nuevas oportunidades de negocio. La colaboración, por ejemplo, facilitará al Grupo Cenor desarrollarse en el canal mueblista de cocina, mientras que, por su parte, Cadena Elecco, que sigue incorporando nuevos socios, podrá así ampliar su actividad en el canal de comercio tradicional de electrodomésticos.

Nueva tienda Worten en Madrid

El pasado 12 de mayo tuvo lugar la inauguración de la nueva tienda madrileña de Worten, que está ubicada en la calle Bravo Murillo, número 189. El nuevo establecimiento, que es el séptimo punto de venta de la cadena en la Comunidad de Madrid, pretende ser un espacio único, abierto e innovador, orientado a que el cliente interactúe y experimente con la tecnología.

Las tiendas de Millar Comelsa, a la última

Millar Comelsa continúa con su firme apuesta por la tecnología en sus puntos de venta, y coloca en sus escaparates y/o exteriores pantallas LED de gran tamaño, convirtiéndose así en un referente de la innovación dentro del sector de electrodomésticos y electrónica de consumo. Estos dispositivos ayudan a la empresa a afianzar su compromiso con la preservación del medio ambiente, ya que se reduce el gasto de papel respecto al usado habitualmente en los medios tradicionales como los folletos publicitarios.

Fnac, más cerca de comprar Darty

La pugna entre Conforama y Fnac para hacerse con el control de Darty parece tocar a su fin. El último episodio de este culebrón fue el anuncio, a finales de abril, por parte de la matriz de Conforama, el grupo Steinhoff, de que no subiría su última oferta por Darty, hecha la semana anterior, y que fue superada días antes por el otro rival, Fnac cuando ofreció 1.150 millones de euros, o lo que es lo mismo, 170 peniques por acción (recordemos que la última oferta de Conforama ascendía a 160 peniques por acción).

Promoción para los frigoríficos Siemens

Para experimentar la tecnología hyperfresh con mayor poder de conservación de los alimentos, Siemens ofrece un lote de ingredientes para cinco cenas vanguardistas de regalo, con recetas, sanas, frescas y de temporada. Por la compra de un modelo de frigorífico en promoción, hasta el 31 de agosto, el usuario obtendrá de regalo un completo foodKit compuesto por recetas vanguardistas e ingredientes seleccionados por un chef especializado para sacar el máximo partido a todos los frigoríficos americanos, side by side, multidoor y ancho 70 cm y disfrutar de las cinco cenas gourmet para dos personas en el hogar. Y al escoger el electrodoméstico más tecnológico de la gama, otro regalo: un smartwatch adicional.

Caen las ventas de ordenadores en el primer trimestre del año

Las ventas de ordenadores en Europa occidental cayeron un 9% en unidades durante el primer trimestre de 2016, según los datos de la consultora Context. La bajada del mercado se debe en, parte, al fuerte crecimiento registrado en el mismo periodo del año anterior, cuando los portátiles de gama baja basados en Windows con el sistema operativo Bing ayudaron a las ventas totales de PC a crecer el 14%. La cuota de mercado de los portátiles con Bing pasó del 17% en el Q1 de 2015 al 0,4% este año, convirtiéndose a los portátiles en los principales culpables de la caída del mercado en términos de categorías de producto. Así, las ventas de notebooks cayeron un 10% interanual, mientras que las ventas de modelos de sobremesa cayeron sólo un 7%. Como dato más positivo, los actuales cambios en el mix de sistemas operativos contribuyeron a un aumento de los precios de venta promedio en los distribuidores (ASP) hasta los 506 euros en el primer trimestre de 2016, lo que supone un incremento interanual del + 8%.

Decrece la capacidad de ahorro de los españoles

Abril no fue un buen mes para ahorrar en España. Un 30,6% de españoles afirman haber ahorrado en el último mes, frente al 34,0% que lo hizo el mes anterior, lo que significa una disminución de 3,4 puntos porcentuales. Si se confronta con el dato del mismo periodo, abril, del año 2015 (35,6%), el porcentaje también disminuye, en este caso 5 puntos porcentuales. La intención de seguir ahorrando disminuye también, siendo un 25,8% los consumidores que manifiestan esta intención (2,8 puntos menos que el mes anterior). Si lo comparamos con el dato de hace un año, se produce una disminución de 3,8 puntos porcentuales.

Datos de de la reestructuración de Miró

El ERE de la cadena de electrodomésticos Miró podría afectar a unos 140 trabajadores y suponer el cierre de 15 tiendas. Estos han sido los datos recogidos por los medios de información económica de fuentes de los representantes de los trabajadores de Miró. Además del cierre de los 15 establecimientos, los despidos afectarán a personal de otras siete tiendas, además de a trabajadores de los servicios centrales.

Con el foco puesto en los mayoristas

El sector del mayoreo tecnológico ha experimentado en los últimos años un crecimiento importante al amparo de las necesidades de eficiencia y rentabilidad de las empresas. La crisis que afectó al comercio minorista tradicional impulsó de alguna manera un mayor protagonismo de los mayoristas en el retail, ofreciendo sus servicios por igual tanto a fabricantes como a las tiendas, en una jugada maestra que se ha consagrado como una fórmula de éxito hasta la actualidad.

Lo goloso del mercado dio lugar a más actores en una vorágine continua propiciada por el propio ADN del sector tecnológico, tradicionalmente vinculado al cambio, y éstos, como no podía ser de otra manera, continúan.

Continúan por lo que respecta a los reajustes de mercado, con la adquisición de Diode por GTI en enero de este año, la entrada en concurso de acreedores de Activa 2mil en febrero, o la más reciente compra de Vinzeo por parte de Esprinet.

Fusiones, diversificación y servicios marcan la actualidad del sector

A nivel internacional hay que mencionar también, hace pocos meses, el anuncio de compra de Ingram Micro por parte de la china Tianjin Tianhai.

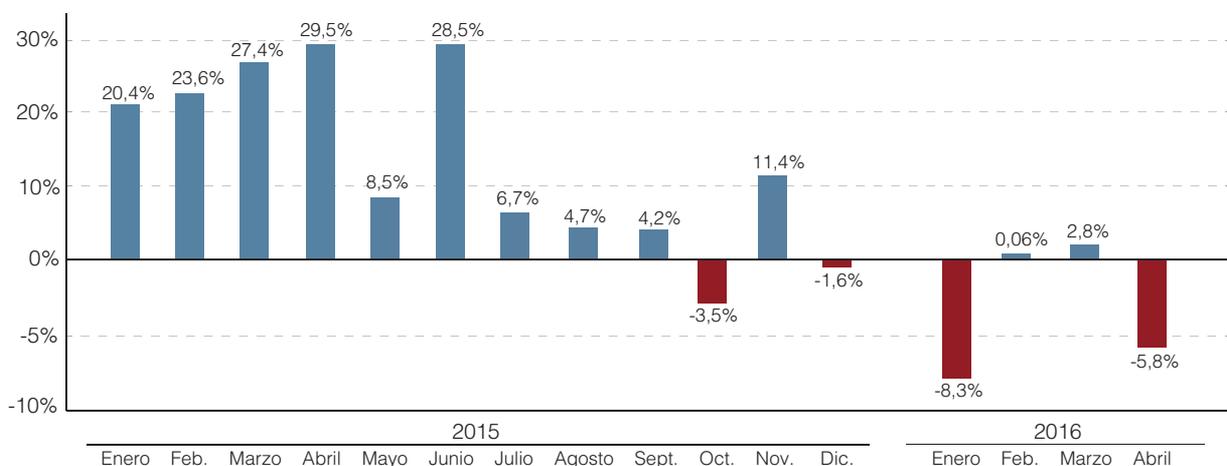
En cuanto a producto, los mayoristas siguen atentos las disquisiciones del mercado, apostando por aquellos caballos ganadores que tecnológicamente van despuntando como la movilidad, el iCloud o los servicios, incluyendo también la logística.

Apuntes del mercado

Por lo que respecta a las ventas de los mayoristas en el canal retail, tras un 2015 de crecimientos, el presente ejercicio, hasta el primer cuatrimestre, parece estar ofreciendo síntomas de desaceleración, a juzgar por los datos facilitados por la consultora Context. Concretamente, las ventas en valor de los mayoristas al canal retail entre enero y abril bajaron un 2,6% interanual y un 5,8% en unidades. Este último dato de la caída del 5,8% en abril de

Variación interanual de las ventas de mayoristas tecnológicos al canal retail en unidades de enero 2015 a abril 2016

Fuente: Context



este año contrasta con el dato de abril de 2015, cuando las ventas al canal retail en unidades experimentaron un incremento del 29,5%.

Por grupos de producto, la categoría de Mobile Computing (que incluye ordenadores portátiles, tabletas, etc...) es la que concentra el grueso de las ventas en valor al canal retail en el primer cuatrimestre, con el 40,2% del total. Este grupo de productos, según Context, experimentó en el periodo mencionado un descenso interanual del -7,8%. La segunda categoría más vendida es la de Telecomunicaciones (incluye los smartphones), con el 15,5% del total y un incremento interanual de las ventas en valor del 1,1% en lo cuatro primeros meses de 2016.

La venta de discos de almacenamiento creció un 0,5% y representó el 7,3% del total de ventas entre enero y abril. Los componentes de ordenadores, con el 4,9% de cuota incrementaron sus ventas el 7,9% en el mismo periodo. Las ventas de ordenadores de sobremesa cayeron un 32,5% y las de electrónica lo hicieron un 31,9%. Otros productos cuyas ventas bajaron a primeros de año fueron los sistemas de almacenamiento removible (-19,4%), accesorios de ordenadores (-12,8%) o Smart Home (-32,5%).

Por el contrario, crecimientos significativos fueron los de consumibles de impresión (+25,3%); pantallas (+22,4%); sistemas de audio-vídeo (+25,9%); software y licencias (+70,4%); cámaras de foto y vídeo (+21,4%); dispositivos wearables (25,6%); conectividad (+88,6%); consolas de juegos (+29,3%); equipos de energía (+30%) o garantías y servicios (+44,6%).

En las páginas que siguen recogemos informaciones de actualidad relativas a destacados mayoristas tecnológicos del mercado español.

www.contextworld.com

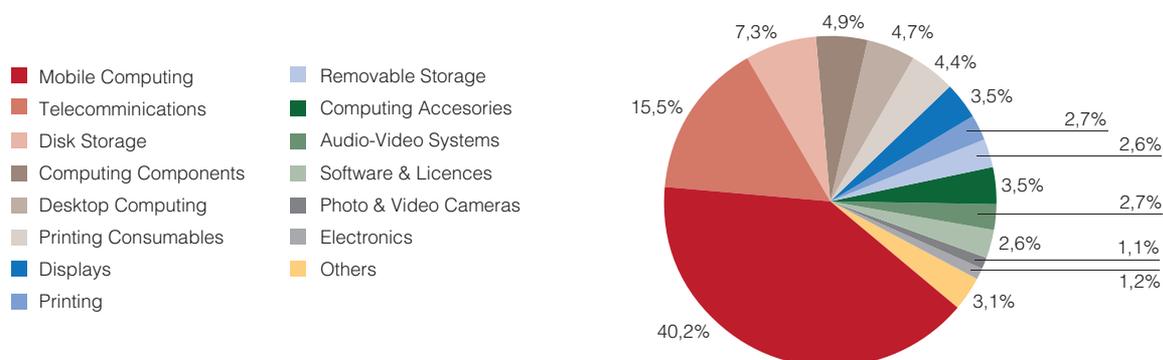
Crecimiento interanual de las ventas mayoristas a retail en valor enero-abril 2016 por tipo de productos

Fuente: Context

Channel	Industry Sector	%
Multiple Retailer	Mobile Computing	-7,8%
Multiple Retailer	Telecommunications	-1,1%
Multiple Retailer	Disk Storage	0,5%
Multiple Retailer	Computing Components	7,9%
Multiple Retailer	Desktop Computing	-32,5%
Multiple Retailer	Printing Consumables	25,3%
Multiple Retailer	Displays	22,4%
Multiple Retailer	Printing	-2,3%
Multiple Retailer	Removable Storage	-19,4%
Multiple Retailer	Computing Accesories	-12,8%
Multiple Retailer	Audio-Video Systems	25,9%
Multiple Retailer	Software & Licences	70,4%
Multiple Retailer	Photo & Video Cameras	21,4%
Multiple Retailer	Electronics	-31,9%
Multiple Retailer	Wireless Networking	5,7%
Multiple Retailer	Other Networking Equipment	5,0%
Multiple Retailer	Wearable Devices	25,6%
Multiple Retailer	Networking Systems	-4,9%
Multiple Retailer	Connectivity	88,6%
Multiple Retailer	Power Equipment	30,0%
Multiple Retailer	Games Consoles	29,3%
Multiple Retailer	Server Computing	35,9%
Multiple Retailer	Scanner Imaging	17,6%
Multiple Retailer	Conected Cameras	-8,2%
Multiple Retailer	Warranties & Services	44,6%
Multiple Retailer	Smart home & Office	-32,5%
Multiple Retailer	Unified Communications	447,5%
Multiple Retailer	Data Center Networking & Security	157,0%
Multiple Retailer	Terminals, Thin Clients & Points of Sales	162,6%
Multiple Retailer	Tape Storage	114,5%
Multiple Retailer	eHealth Devices	-70,7%
Multiple Retailer	Other	152,1%

Cuota (%) de las ventas (valor) mayoristas al canal retail enero-abril 2016 por productos

Fuente: Context



Tech Data: 50.000 referen- cias en 24 horas a nivel peninsular

Habla Paulí Amat,
country manager
de Tech Data
España



Paulí Amat.

Tech Data es uno de los pesos pesados del mercado mayorista español, tanto por los volúmenes que maneja, como por su grado de implantación y su amplia y diversificada cartera de productos y servicios. Hablamos con su Country Manager para España, Paulí Amat.

¿Qué balance hacen del pasado ejercicio 2015?

Tras 2014, que fue el ejercicio en que conseguimos los mejores resultados de nuestra historia en España, 2015 ha sido también un gran año para Tech Data. Hemos crecido muy por encima del mercado, y hemos crecido en todas las áreas, incluyendo el mercado PYME, que representa una parte clave dentro de nuestro negocio. Gracias, también, al crecimiento de los negocios de movilidad, servicios de valor, audiovisual y software de diseño, entre otros, que son gestionados a través de nuestras divisiones especialistas: Tech Data Mobile, Azlan, Datech, Maverick, Triade... El conjunto de las ventas generado por estas divisiones representa el 50% de nuestra facturación, mientras que el negocio de volumen supone el 50% restante.

¿Qué fue lo más destacado de su compañía el pasado ejercicio?

Sin duda, el lanzamiento a nivel mundial de TD Cloud, nuestra plataforma cloud. El lanzamiento de StreamOne, nuestra nueva herramienta para la automatización de procesos en la nube, ha supuesto un antes y un después, y de hecho seguimos destinando un gran número de recursos humanos a la consolidación de este área. Tras firmar acuerdos con empresas de la talla de IBM o Microsoft, entre otros, hemos convertido una plataforma completa. Ahora, esperamos convertirla en un marketplace donde los distribuidores puedan comercializar sus propias soluciones.



¿Qué previsiones tienen del mercado español para 2016?

Son también de crecimiento, aunque es posible que no lleguemos a las cotas de estos últimos años, que para nosotros han supuesto una recuperación sobre años anteriores, marcados por la retracción de la demanda. Ahora prevemos una cierta estabilización del mercado, pero creemos que creceremos por encima del mismo.

¿Qué importancia para su negocio representa el canal retail y qué les están ofreciendo?

Es un mercado clave para nosotros. Un negocio muy importante respecto a nuestra facturación global. Son un colectivo fundamental para Tech Data, y no sólo las grandes superficies, también el resto de actores de este sector, incluyendo tiendas físicas y e-tailers. Para ellos, Tech Data ofrece un "one stop shopping", una "ventanilla única", para que se centren en realizar su negocio y aprovechen nuestra fortaleza logística (contamos con más de 50.000 referencias que podemos servir en cualquier punto de la península en 24 horas), consiguiendo la agilidad, la inmediatez y la capilaridad que requiere el comercio minorista.

¿Cuál es el peso como clientes de los e-tailers y qué potencial creen que tienen?

Cada vez mayor, como es lógico ya que se trata de un mercado relativamente incipiente. Pero es que, además, en los últimos años hemos visto un boom en el terreno de la venta online, con el nacimiento de numerosas marcas, y al mismo tiempo, los retailers tradicionales, reacios en un principio, han ido entrando en la venta por Internet para mantener su negocio acorde con los tiempos. Yo diría que, más que hablar del peso de los e-tailers como colectivo, habría que hablar del auge de la venta de artículos de retail por Internet, y ahí queda claro que el crecimiento es grande.

“Los nuevos **modelos Cloud** suponen no sólo un cambio en la forma en que se consumen las soluciones y servicios de tecnología, sino también un cambio en la relación entre proveedor y usuario”

¿Qué familias de producto/soluciones de su portfolio están funcionando mejor?

No hay un producto estrella en la oferta de Tech Data, porque el valor añadido de nuestro negocio radica precisamente en la diversidad de la oferta. Sí puedo decir que, dentro de nuestra oferta, hay productos que funcionan mejor, bien porque marcan tendencia o bien porque suponen un cambio en la forma de utilizar la tecnología: tablets, dispositivos móviles en general, soluciones en la nube, gadgets... Es una oferta que cubre todo tipo de nuevos productos y servicios, como ha sido siempre.

Además de productos físicos, una parte muy importante de la oferta de los mayoristas pasa por los servicios ¿Cuáles son sus últimas innovaciones en este campo?

Yo diría que los servicios nunca han tenido tanta importancia como ahora. Y no hablo sólo de la nube, donde el servicio es no sólo el protagonista sino la esencia, sino también servicios como pueden ser la activación de licencias de software, o la gestión remota de centros de datos, los servicios de recompra... La especialización y el conocimiento siguen siendo una clave pero, sobre todo, entender qué quiere el cliente y cómo proporcionárselo.

¿Cómo ve el futuro del sector tecnológico en España y hacia dónde cree que se encamina el mercado?

El mundo Cloud es sin duda una tendencia irreversible y, desde ya, una realidad. Los nuevos modelos cloud suponen no sólo un cambio en la forma en que se consumen las soluciones y servicios de tecnología, sino también es un cambio en la relación entre proveedor y usuario. La movilidad es otra tendencia que seguirá tirando del carro, tanto en el mercado de consumo como en el mundo empresarial, y por supuesto, también apartados como la seguridad o la gestión de datos estarán presentes en la evolución.

Esprinet

Varias son las informaciones interesantes relacionadas con Esprinet en las últimas semanas. La principal, sin duda, la compra de Vinzeo. A primeros de mayo se hizo público el acuerdo vinculante alcanzado entre Esprinet S.p.A. y la Corporación IBV S.A. para comprar el 100% del mayorista tecnológico español Vinzeo Technologies S.A.U., por 74,1 millones de euros.

Vinzeo es el cuarto mayorista de ICT en España, con una cartera de 20.000 productos, distribuidos a través de su almacén de Daganzo (Madrid).

Vinzeo nació en 2000 como resultado de la fusión de varios mayoristas españoles de accesorios de telefonía y móviles, y aumentó su escala de actividades con un desarrollo empresarial y de M&A. Actualmente maneja importantes contratos de distribución tanto en el ámbito ICT de volumen (entre otros Acer, Apple, Asus, HP, Lenovo, LG, Samsung, Toshiba, etc.), como en el ámbito de valor (particularmente Hewlett-Packard Enterprise).

La sede central está en Madrid, aunque dispone también de sedes en Barcelona y Bilbao. Su plantilla total asciende a 170 personas. En 2015, sus ventas se repartieron entre PCs, notebooks y tabletas (48%), telefonía (36%) y periféricos, server y accesorios (16%).

El perímetro de esta operación solo incluye las actividades de la distribución mayorista. Considerando este perímetro, y según los datos preliminares de 2015, las ventas de las actividades adquiridas ascienden a 584,4 millones de euros (el 19% más que en 2014), con un EBITDA reportado de 7,5 millones de euros.

A través de esta operación, Esprinet quiere lograr el liderazgo en el mercado español de mayoristas, fortaleciendo su cartera en la división de smartphones (productos y clientes), junto a un nuevo contrato de distribución de Hewlett-Packard Enterprises, y a la distribución de productos por data center, que completa la actividad actual española de Esprinet.

Además, Esprinet espera generar importantes sinergias aumentando de un factor de 1,8 la escala de sus operaciones en España. Para garantizar el mejor servicio posible tanto a los clientes como a los fabricantes, y hacer uso del conocimiento y la experiencia de gestión de la empresa, Esprinet Iberica adquirirá Vinzeo (y se convertirá en la empresa matriz de todas las actividades de distribución en España), y será el management actual de Vinzeo, como empresa separada e independiente, quien lo gestione.

La adquisición está subordinada al conseguimiento de las autorizaciones de la Competencia y se espera finalice en la primera mitad de 2016.

El importe total acordado por las empresas ha ascendido a 74,1 millones de euros por el capital total de Vinzeo, determinado de la media del capital de trabajo de los últimos 12 meses y de una situación de caja positiva a la fecha del 31/03/2016, lo que implica un Enterprise Value de 57,6 millones de euros.

Esta importante operación llega precedida de la renovación de su logotipo global, con una imagen más moderna.

El nuevo logo del Grupo Esprinet es un símbolo simple y moderno, que pretende mostrar la evolución de la identidad de la multinacional italiana a lo largo de sus 16 años de historia.



Por otra parte, a finales de abril se cumplió el primer aniversario de la inauguración del primer establecimiento Cash & Carry de Esprinet en nuestro país. 190 categorías de producto distintas, más de 7.000 referencias y un tráfico de 8.500 visitas recibidas desde su apertura son algunas de las cifras de la tienda del mayorista en Alcobendas (Madrid).

www.esprinet.com





Sede central de Ingram Micro en California.

Ingram Micro

Las ventas globales de Ingram Micro en el primer trimestre de 2016 cayeron un 12% interanual hasta los 9.300 millones de dólares. Como ha explicado el CEO de Ingram Micro, Alain Monié, "vimos la estabilización de la demanda global de TI en marzo, y ha continuado en abril. Incluso, el gasto en TI se redujo en los dos primeros meses del año, sobre todo para las categorías de alto volumen, como PCs, smartphones, servidores y almacenamiento". A pesar de esto, el CEO de Ingram Micro ha explicado que el enfoque de la compañía en negocios de mayor valor sigue mostrando resultados positivos.

Las ventas mundiales del primer trimestre disminuyeron un 12% hasta los 9.300 millones de dólares, con un margen bruto del 6,77%. En el primer trimestre del ejercicio anterior, las ventas alcanzaron los 10.600 millones de dólares con un margen bruto de 5,80%. Por otra parte, la conversión de monedas extranjeras con respecto al año pasado tuvo un impacto negativo de 3 puntos porcentuales en las ventas en todo el mundo.

En cuanto al beneficio neto, sumó 1,8 millones de dólares, frente a los 43,2 millones del primer trimestre de 2015.

En este comienzo de año, el mayorista también ha invertido en la construcción y mejora de las capacidades globales que apoyan sus objetivos de negocio a medio y largo plazo, y ha asegurado que la operación para unirse al Grupo HNA podría cerrarse en la segunda mitad de 2016.

Recordemos que a mediados de febrero de este año se anunció el acuerdo entre Ingram Micro Inc. y Tianhai y Tianjin Investment Company, Ltd. (Tianjin Tianhai) por el que Tianjin Tianhai adquirirá Ingram Micro por 38,90 dólares por acción o lo que es lo mismo, unos 6.000 millones de dólares.

Al cierre de la operación, Ingram Micro formará parte de HNA Group, un grupo de empresas con sede en la isla china de Hainan, líder en aviación, turismo y logística, y principal accionista de Tianjin Tianhai. La operación ha sido aprobada por unanimidad por las juntas directivas de ambas compañías.

Está previsto que la transacción concluya en la segunda mitad de 2016, y a partir de entonces, Ingram Micro operará como una subsidiaria de Tianjin Tianhai. El mayorista estadounidense mantendrá su sede en Irvine, California, así como su equipo de gestión ejecutiva, con Alain Monié al frente.

Se espera que todas las líneas comerciales de Ingram Micro y todas las operaciones regionales y nacionales continúen sin cambios.

Adam Tan, vicepresidente del Consejo de Administración y director general de Grupo HNA, ha declarado al respecto: "Ingram Micro se ha establecido claramente como un distribuidor y proveedor líder global de productos y servicios de TI. La compañía cuenta con un equipo probado y con talento, y creemos que Ingram micro no tiene rival en su capacidad para ofrecer soluciones en todo el mundo. Esperamos con interés el apoyo del equipo y las estrategias de gestión de Ingram micro, incluyendo la continua expansión en nuevas áreas geográficas,(...) y compartimos el compromiso de Ingram Micro con la integridad, la innovación y el rendimiento. Estamos seguros de que esta operación permitirá a Ingram Micro seguir diferenciándose en el mercado y satisfacer aún más las necesidades de sus proveedores y clientes".

Tras la adquisición, Ingram Micro se convertiría en la mayor empresa miembro del Grupo HNA en términos de ingresos, y facilitará el proceso de internacionalización del grupo.

Por su parte, Alain Monié, CEO de Ingram Micro, se ha referido a la operación en estos términos: "nuestro acuerdo para unirse al Grupo HNA aporta efectivo a corto plazo a nuestros accionistas y esperamos que proporcione nuevas oportunidades para nuestros proveedores, clientes y asociados. La innovación, la introducción de nuevos servicios, la gestión de la marca y garantizar la estabilidad y la continuidad de las nuevas empresas que incorporan son fundamentales en la estrategia global del Grupo HNA. Como parte del Grupo HNA, tendremos la capacidad de acelerar la inversión estratégica y de aportar nuestro know how en su expansión. Además, Ingram Micro ahora será parte de una organización más grande que tiene capacidades logísticas complementarias y una fuerte presencia en china que puede apoyar aún más los objetivos de crecimiento y rentabilidad de nuestros proveedores y clientes socios".

La transacción está sujeta a aprobaciones regulatorias en varias jurisdicciones, así como a la aprobación por parte de los accionistas de Ingram Micro y de Tianjin Tianhai.

www.ingrammicro.com

MCR

MCR cerró 2015 con una facturación de 235 millones de euros, el 17,5% más que el año anterior. Según fuentes de la compañía, gracias a estos resultados, MCR logró situarse como primer mayorista especializado en el sector de consumo en España. Por lo que respecta a 2016, MCR espera aumentar la cifra de negocio hasta los 275 millones de euros.

En 2015, MCR abordó importantes inversiones en logística para ofrecer un mayor y mejor servicio a sus clientes. Igualmente, el mayorista está apostando por un nuevo programa de gestión, que además una inversión económica, supone un importante esfuerzo por parte de todo el equipo de MCR.

De cara al presente ejercicio, MCR espera un incremento en las ventas a través del comercio electrónico, uno de los grandes aliados de la recuperación del consumo en España: "el año pasado pudimos apreciar un incremento del ecommerce debido a la confianza de los clientes de comprar a través de nuestro portal web" -afirman desde la empresa. El canal retail es muy importante para MCR, y supone un gran porcentaje de su facturación. Aquí, los portátiles siguen siendo los productos más demandados. MCR ofrece al canal su experiencia como mayorista especializado en informática, poniendo a su disposición la última tecnología.

En este ámbito MCR apunta que los etailers tienen cada vez más peso, porque los usuarios están comprando más por Internet y con pago a través de plataformas online, por lo que su potencial es muy fuerte.



Sobre los productos y soluciones más exitosos del portfolio de MCR, fuentes de la compañía aseguran que el producto premium es el portátil, que sigue liderando las soluciones que se demandan en movilidad. El resto de productos, también, pero su crecimiento es menor. "En nuestro caso particular podemos decir que toda la línea de almacenamiento ha sido acogida de forma muy positiva, sin olvidarnos de la línea gaming", -explican.

En cuanto a servicios, la División Corporate de MCR ofrece numerosas soluciones dirigidas a entornos profesionales en el campo de nuevas tecnologías, desde la asistencia técnica, a instalaciones o mantenimiento de infraestructuras, pre-venta, o postventa. "Aprovechamos toda esta integración para ofrecer un catálogo global de servicios que por capacidad y flexibilidad se adaptan a las necesidades de cada tipo de cliente", -afirman.

Sobre por dónde irá el futuro del sector tecnológico en nuestro país, fuentes de MCR aseguran que "no dejamos de escuchar últimamente lo que las consultoras como GfK indican como tendencias de consumo, desde productos gaming, cartelería digital, wearables o drones, hasta lo último en dispositivos de realidad virtual. Así, nosotros incorporamos a nuestro catálogo siempre productos de última generación".

www.mcr.com.es

GTI

En 2015, GTI, mayorista TIC especializado en soluciones de software y Cloud Computing, incrementó la cifra de negocio en el sector retail en España hasta el 22%. Según Ana Huerta, directora comercial de Retail para España y Portugal de GTI, "este incremento se inició en la segunda mitad del ejercicio, motivada por la mejora del consumo interno del mercado español y nuestra previsión es que se mantendrá durante 2016".

GTI confirma su apuesta de especialización en áreas dentro del sector retail como compromiso para aportar valor añadido para sus partners. Esta especialización se ha potenciado mediante la firma de acuerdos con los principales fabricantes. Dentro del sector retail, áreas como Movilidad o Almacenamiento son pilares fundamentales en el negocio de GTI ya que, según afirma Ana Huerta: "la previsión para 2016 es que los dispositivos Smart conlleven un aumento notable de este mercado. En GTI pretendemos que el canal aproveche esta demanda y ofrecemos a los partners formación específica para ayudar a generar oportunidad de negocio".

GTI también ha ampliado su negocio hacia el Gaming, un mercado con un elevado potencial, a través de acuerdos con firmas como Ozone Gaming, OCZ, BG, Move, Nox, Krom, Avermedia, Plantronics y Thrustmaster. "El sector gaming presenta grandes posibilidades; es un mercado con más de 19 millones de usuarios en España y queremos hacer llegar a nuestros partners a este mercado", explica Ana Huerta. En enero de este año, GTI anunció la compra del también mayorista tecnológico Diode, hasta ahora, propiedad del Banco CEISS. La operación contempla que ambas compañías permanecerán como entidades independientes, porque el valor de Diode es su especialización, produciéndose en todo caso sinergias financieras y la optimización en la subcontratación de servicios de ambas empresas al pertenecer al mismo grupo. GTI anunció a finales de febrero el nombramiento de Diego Navarrete como nuevo Director General.

www.gti.es



Bluevision

Bluevision cerró 2015 con un incremento de su negocio del 20% con respecto a 2014. Para la firma, 2016 se presenta aún mejor por la coincidencia de la Eurocopa de Fútbol y de las Olimpiadas, algo que se notará especialmente en las ventas de televisores. En 2015, Bluevision consolidó su estrategia de fabricación de marcas propias en televisión, telefonía y tabletas bajo su marca Stream System, lo que les ha permitido afianzar su posición y complementar el portfolio de productos que ya distribuyen.

Bluevision es especialista en canal retail, ofreciendo a sus clientes un catálogo amplio de productos (TV, Telefonía, Accesorios, Sonido, PAE y Gama Blanca) a precios muy competitivos y siempre apoyando sus productos con un servicio post-venta de primer nivel.

En estos momentos los e-tailers representan el 20% del volumen general de negocio de Bluevision. Se trata de un nicho de mercado en constante expansión. Su coexistencia con el mercado tradicional de retail será un reto importante a superar por parte de todo el sector tecnológico.

Entre los productos del portfolio de Bluevision que mejor están funcionando en los primeros meses de 2016 figuran los televisores de su marca Stream System y del resto de marcas que distribuyen.

Por lo que respecta a servicio, en Bluevision han prestado una especial atención en el último año a implementar sistemas que les permitan dar una cobertura total desde el punto de vista de post-venta a los productos que venden, bien sean marcas propias o marcas distribuidas en exclusiva. Como explican fuentes de la empresa, "hemos conseguido un servicio post-venta eficiente y eficaz, que hace que nuestros clientes estén tranquilos y se puedan olvidar de cualquier incidencia surgida con cualquier producto de nuestro catálogo".

www.bluevision.es



Crambo

Para Crambo, 2015 fue un buen ejercicio que les permitió crecer un 47% y en el que tuvo un gran éxito en el sector de Educación, prescribiendo soluciones tecnológicas en varias consejerías de educación en el territorio nacional. De cara a 2016, la previsión es crecer por encima del 30%, aunque, como explica Brian James Douglas, Responsable de Marketing B2B de Crambo Visuales, "el año ha empezado un poco menos dinámico de lo esperado, debido a la situación política y económica un tanto incierta".

Desde Crambo apuntan que el sector de retail demanda soluciones de Digital Signage (Marketing Dinámico o Cartelería Digital) y cada vez más reconoce la oportunidad de comunicación que ofrece este medio y la posibilidad de cambiar información para reflejar promociones, ventas especiales, nuevos productos u oportunidades... y todo en tiempo real. En este sentido, los monitores -ahora el formato grande está muy de moda, nos dicen- y videowalls, son cada vez más demandados.

Por lo que respecta a servicios, Crambo Visuales respalda el ciclo de vida de cualquier solución, desde su diseño y dónde ubicar mejor la tecnología, pasando por instalación y puesta en marcha, hasta el mantenimiento, SAT y formación. A ello hay que sumar la capacidad de reacción: "todos estos servicios son totalmente customizables pero, como otras empresas del sector, tenemos la capacidad de reacción muy rápida

para ayudar a clientes y sacarles de situaciones complicadas", apunta Douglas.

Preguntado por el futuro del sector Tecnológico, Brian James Douglas explica que "España sigue por detrás de otros países en cuanto a avances tecnológicos, sobre todo, ahora con la situación política y la falta aún de crecimiento económico tangible. Sin embargo, una vez que unas empresas se lanzan a los nuevos rumbos que marcan las tecnologías, las demás no tardan mucho en sumarse. Cada día, las empresas españolas tienen más claro que las inversiones en tecnología les aportan mejoras en su productividad, atención al cliente, servicio y a medio plazo, con costes más bajos".

www.crambovisuales.es



PAE para lucir y sentirse saludable

La tendencia en el PAE de salud y belleza subraya la importancia de la alimentación sana, en una época dulce para el sector

Estamos viviendo un momento dorado para el PAE, quizás uno de los mercados que mejor han sabido resistir la recesión económica, posiblemente gracias a la creatividad de sus fabricantes, al hecho de que estos siempre han estado atentos a las oscilaciones de la demanda de sus consumidores, y a lo moderado de su importe. De hecho, la Asociación Española de Fabricantes de Pequeños Electrodomésticos -FAPE-, ha confirmado en la primera valoración del año 2015 la recuperación del sector con un incremento de su facturación del 20% en el referido ejercicio, en el que se ha consolidado el crecimiento ya anunciado en el último trimestre, y se han alcanzado e incluso superado los niveles de facturación global anteriores a la crisis económica. O sea, podemos decir, con la necesaria prudencia, que para el PAE la crisis ya es historia.

La mejor temporada del año

Estas cifras más que esperanzadoras, además, es muy posible que mejoren aún más en el año 2016, al menos si nos fijamos en las novedades que las marcas de PAE

de salud y belleza están lanzando para el buen tiempo, esa época del año en la que todos nos sentimos un poco más animados a cuidar de nuestro aspecto y de nuestra salud para disfrutar en mejores condiciones y con mayor energía de nuestro ocio. Controlar el peso, cuidar de la piel, vigilar la tensión arterial, gozar de un ambiente en la casa libre de bacterias y alérgenos se convierte en una prioridad en estos momentos. Y hay que destacar este año la numerosa oferta de productos que permiten alimentarnos de una manera saludable sin que eso nos suponga dedicar mucho esfuerzo ni una gran cantidad de tiempo, y es que el consumidor es cada vez más consciente de la importancia de consumir vitaminas y nutrientes y cocinar de una manera que haga innecesario añadir a nuestros alimentos grasas superfluas. Y si todo esto se puede hacer sin perder un minuto de disfrute de la playa, la piscina o el aire libre, ¡mejor que mejor! En las siguientes páginas, se podrá ver una selección de productos que son ejemplos de las tendencias que hemos mencionado, y que contribuirán de gran manera a un verano pleno.



Philips.



Jocca.



Nevir.

Ufesa

Las novedades de Ufesa para el cuidado de la salud facilitan el bienestar y el alivio de los dolores musculares, y también ayudan al usuario a mantener un peso saludable.

www.ufesa.es



Almohadilla eléctrica multifunción AL5546

En esta almohadilla, con una potencia de 100 W y unas dimensiones de 350 x 450 mm, el calor se distribuye uniforme y rápidamente por toda la superficie, proporcionando alivio del dolor y bienestar.

Cuenta con mando de control con indicador LED, selección de temperatura con tres posiciones, autoapagado en 90 minutos y sistema de seguridad integrado. La almohadilla se puede lavar hasta a 40° C y cuenta con un cable de conexión de 2,4 m.

Báscula de baño BE1850

Permite contabilizar el peso, el nivel de grasa, la masa muscular, el agua corporal, y calcular el BMI. Su capacidad máxima es de 180 kg y su precisión es de 100 g. Cuenta con 12 memorias personales de rápido acceso más modo invitado, visor LCD de gran tamaño (38 mm), cuatro sensores de peso y conexión y desconexión automática. Funciona con una pila AAA (incluida).



Medisana

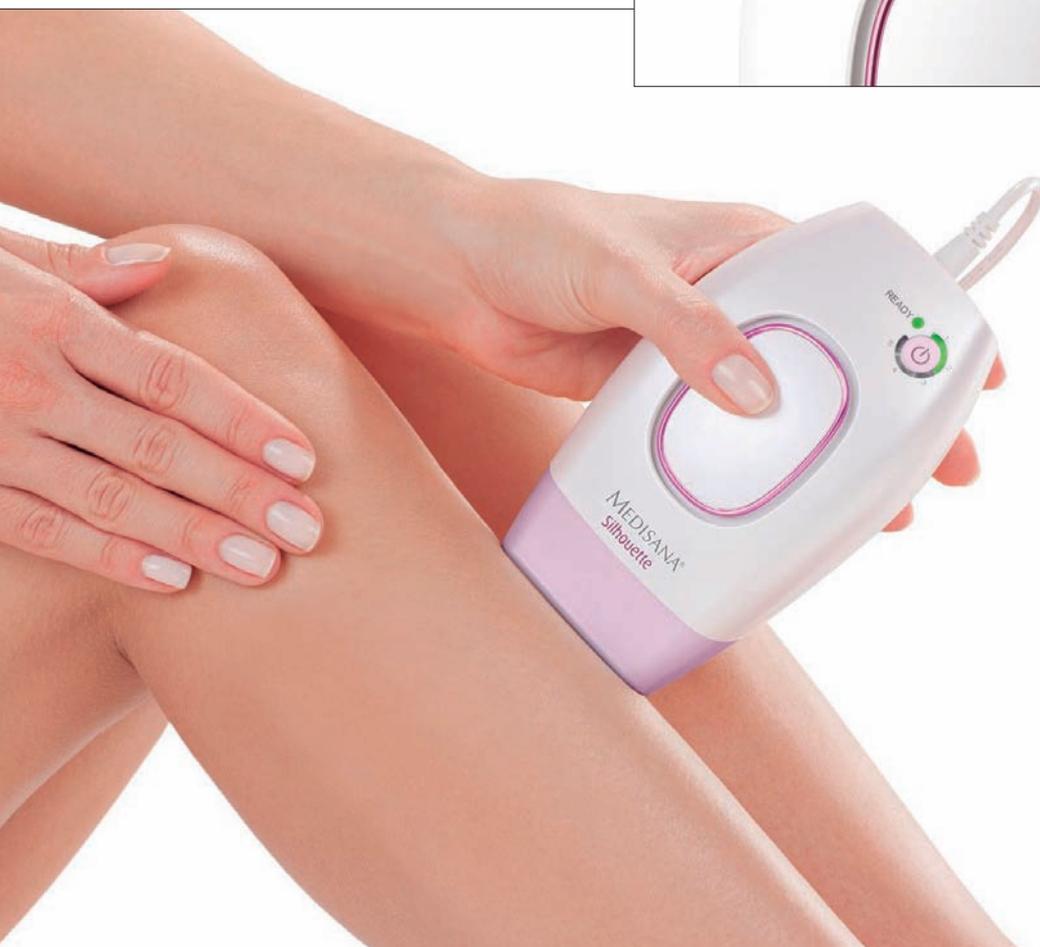
Medisana presenta una novedad ideal para disfrutar de una piel suave y sin rastro de vello no deseado este verano.

www.medisana.es

Silhouette IPL80

El sistema de depilación Silhouette IPL800 de Medisana es ideal para evitar el crecimiento del vello facial y corporal. Sus pulsos de luz mantienen la piel suave como la seda. Aplicando cada dos semanas los cuatro primeros tratamientos, y repitiendo después cuando sea necesario, Silhouette IPL800 mantendrá la piel libre de vello todos los días.

Silhouette IPL800 funciona con una innovadora tecnología basada en luz pulsada intensa (IPL), derivada de las tecnologías que se utilizan en los salones de belleza profesionales para la depilación. Este sistema de depilación calienta el vello y los folículos del mismo debajo de la piel, mediante un pulso de luz que es absorbido por la melamina del vello, mientras un filtro óptico en el propio dispositivo asegura que la piel está protegida. La energía de la luz estimula los folículos del pelo para entrar en una fase de reposo, evitando que siga creciendo. En los siguientes días el vello se cae de forma natural y el nuevo crecimiento se inhibe durante varias semanas.



Bosch

Bosch presenta estos PAE de belleza que consiguen fantásticos resultados con el cabello, para lucir siempre el mejor aspecto.

www.bosch-home.es

Cepillo iónico para el pelo BrilliantCare Quattro-Ion

Su tecnología Quattro-Ion, con un sistema de tres fases (desenredado con efecto antiencrespamiento, cepillado suave y resultados luminosos con efecto brillo 3D) y cuatro salidas de iones, asegura un pelo suave, sedoso y brillante. Cuenta con cerdas mixtas de alta calidad que agarran el pelo de modo efectivo, permitiendo un peinado agradable y preciso. Su sencillo manejo sin cable, le aporta flexibilidad y movilidad. Además, es práctico e higiénico: el cabezal de púas es removible y se limpia fácil y cómodamente.



Secador de cabello profesional ClassicCoiffeur

La serie ClassicCoiffeur con tecnología PowerCare es potente (2.500 W), profesional y eficiente. Seca un 20% más rápido y su motor AC profesional ofrece un funcionamiento silencioso, un potente caudal de aire y una larga vida útil. La ionización reduce la electricidad estática y el encrespamiento, logrando un cabello sedoso y fácil de peinar, con más brillo.



Plancha de pelo KeratinAdvance Protect

La nueva generación de planchas de pelo proporciona un alisado cuidadoso con protección integrada al calentamiento, gracias a la innovadora tecnología DualZone. La zona Performance y su recubrimiento cerámico Diamond facilita unos estilos sedosos y suaves con un brillo luminoso, y la zona Keratin Protect, con efecto antiencrespamiento, protege el cabello del sobrecalentamiento y seca durante el proceso de alisado. Esta plancha de pelo cuenta con cinco posiciones de temperatura marcadas con un display LED.

Sogo

Las propuestas de la firma para el bienestar garantizarán una dentadura perfectamente cuidada, un cabello arreglado y un control exhaustivo de la tensión arterial.

www.sogo.es



Irrigador bucal y dental eléctrico

Elimina el 99,9% de la placa, así como los desechos y las bacterias alojadas profundamente entre los dientes y debajo de la línea de las encías, y es hasta dos veces más eficaz para mejorar la salud de las mismas y revertir la gingivitis. Está clínicamente probado que el chorro de agua del irrigador es hasta un 93% más eficaz que el uso de hilo dental. Ideal para las personas que emplean prótesis dentales o que están afectadas por diabetes o enfermedades de las encías. Sus cinco accesorios incluyen: jet clásico, limpiador lingual, buscador de placa, accesorio para ortodoncia y boquilla Pik Pocket. Cuenta con 10 ajustes de presión de agua (hasta 120 PSI) y diseño especial y ergonómico, y pesa sólo 920 g.



Miniplancha de pelo personal con placas cerámicas

Portátil y fácil de llevar en los viajes, incorpora placas de cerámica blanca, interruptor On/Off y luz indicadora de funcionamiento. Alcanza una temperatura máxima de 200° C y está disponible en cuatro colores: negro, rosa, verde y azul.



Tensiómetro digital de brazo

Este tensiómetro de Sogo cuenta con medición automática inteligente, clasificación de la presión arterial según la OMS, pantalla LCD de 62 x 75 mm con perfecta visualización, memoria para almacenar 90 mediciones de una persona, apagado automático en un minuto para ahorrar energía, detección de latido cardiaco irregular, y función fecha y hora. Es muy fácil de utilizar.



1 Daga. La sauna facial SF-180, dentro de la línea Flexyheat Beauty de la marca, abre los poros y deja la piel suave e hidratada. El vapor puede incrementar el flujo sanguíneo, ayudar a eliminar las células muertas de la piel y a eliminar las espinillas. Incorpora máscara facial y accesorio nariz y permite ajustar la intensidad. www.daga.eu

2 Philips. El sistema Lumea Essential inhibe la reaparición del vello corporal y facial gracias a sus ligeras pulsaciones de luz. Su tecnología IPL está adaptada para usarla con seguridad en la comodidad del propio hogar, y es adecuada para todo tipo de vellos y pieles, en la cara y en el cuerpo. Cuenta con sensor de tono de piel, cinco posiciones de energía de luz ajustables y modo de deslizamiento y flash para una aplicación más cómoda. www.philips.es

3 Solac. Las cuchillas de titanio del Men Face Styler aseguran una máxima precisión y suavidad a la hora de definir la barba. Ergonómica y ligera, esta afeitadora cuenta con 10 posiciones de longitud y bloqueo, dos anchos de cuchillas para barbas y detalles, y dos peines guía con selección y bloqueo del nivel de corte: 0,4-2 cm. Sus baterías de litio son ligeras y tienen el doble de vida útil que las baterías convencionales de NiMh, y su cabezal desmontable permite una fácil limpieza bajo el grifo. www.solac.com

4 Braun. Face 831 Beauty Edition es una depiladora facial con sistema de cepillo de limpieza dotado de microoscilaciones. Dotada de gran control y precisión, su diseño elegante y compacto facilita su transporte. El cabezal extrafino cuenta con 10 micropinzas que atrapan con suavidad y arrancan de raíz hasta el vello más fino (hasta 0,02 mm), con 200 movimientos por segundo. Incluye un espejo con luz y un estuche de belleza. es.braun.com

5 Garmin. La báscula inteligente Index destaca por proporcionar el peso (en libras, kilogramos o st), el índice de masa corporal (IMC), la grasa corporal, el porcentaje de agua, la masa ósea y la masa muscular. Además, se puede conectar de manera inalámbrica a diversos dispositivos compatibles de Garmin, u ordenadores, smartphones o tabletas. Puede reconocer hasta 16 usuarios diferentes. www.garmin.com/es-ES



6

7



8



9



10



6 Jocca. La batidora con jarra de cristal 5586, en tonos metálicos y negros de elegante acabado, cuenta con una capacidad de 1,5 litros, cinco velocidades, cuchilla de cuatro filos de acero inoxidable, tapa extraíble y fácil apertura. Prepara batidos, gazpacho, vichysoisse o cualquier crema fría. Fácil y segura de usar, gracias a sus pies antideslizantes y a sus indicadores de nivel, es desmontable y sencilla de limpiar. www.jocca.es

7 Nevir. Construida con materiales de alta calidad, la nueva batidora de vaso NVR-8120BVM dispone de carcasa y cuchillas de acero inoxidable, 1.000 W de potencia, dos velocidades, función Pulse y motor de alto rendimiento, así como vaso de cristal con asa grande y tapa con ventana. Con una gran capacidad de 1,5 l, su diseño es seguro y fácil de desmontar para una mejor limpieza. www.nevir.es

8 Russell Hobbs. Ultimate 3 en 1 Nebula White 24K es, en realidad, tres electrodomésticos en uno: licuadora, exprimidor y batidora: la jarra para recoger el zumo también funciona como jarra batidora con capacidad de 700 ml. Cuenta con tubo de entrada de 75 mm para frutas y verduras enteras, potente motor de 800 W y detalles cromados de calidad superior. es.russellhobbs.com

9 Imetec. SuccoVivo es un exprimidor de zumo de extracción lenta con 60 revoluciones por minuto, cuya tecnología conserva la casi totalidad de los nutrientes de la fruta y la verdura y, según el filtro empleado, el 68% o el 50% de las fibras solubles (el primer caso es positivo para regular la absorción de azúcares y grasas, y el segundo para el buen tránsito intestinal). Su motor de inducción es extremadamente resistente y potente, además de silencioso. Dispone de boca de 75 mm que permite introducir la fruta y la verdura entera, y un accesorio específico para sorbetes y salsas. www.imetec.com

10 Magefesa. Nada mejor para la salud que empezar el día con una buena tostada de pan integral con aceite de oliva. Con el tostador Good Morning, con capacidad para cuatro tostadas, boca extraancha, centrado y expulsión automática, bandeja recogemigas, selector de siete posiciones y funciones Parar, Calentar y Descongelar, este buen hábito alimenticio será muy fácil de seguir. www.magefesa.com

11



13



12



14

15



11 Tefal. Actify Snacking Express, más que una freidora, es un robot de cocina que prepara platos sanos. Incorpora programas automáticos, un práctico temporizador que avisa cuando la receta está terminada, y permite freír con sólo una cucharada de aceite. Cuenta con accesorio para snacking, bol extraíble, tapa articulada y transparente, función de parada automática y libro de recetas y es un 30% más rápido que el modelo anterior. www.tefal.es

12 Moulinex. Cuisine Companion Pro corta, prepara y cocina, y ofrece hasta un millón de menús para poder innovar durante mucho tiempo. Además, su accesorio Vapor, incluido en la Edición Exclusiva, facilita preparar deliciosas y sanas recetas. Este accesorio también aumenta la capacidad del Cuisine Companion, permitiendo cocinar hasta cuatro platos al mismo tiempo. www.moulinex.es

13 De'Longhi. El nuevo Multicooker combina las funciones de cocción, horneado, grill para cocinar una gran variedad de recetas; risottos, pizza, carne, pescado, quiche, estofados, pasteles, tartas... Destacan sus siete programas automáticos, el panel de control digital y la doble resistencia independiente (resistencia inferior de 1.000 W). www.delonghi.com/es-es

14 Daikin. Daikin dispone de una avanzada tecnología japonesa, llamada Flash Streamer, que purifica el aire, descompone los malos olores y casi el 100% de los virus, bacterias y agentes alérgenos del aire ambiente, proporcionando una atmósfera sana y pura. Está disponible en la gama de purificadores Daikin (MC70L y MCK75J) así como en las nuevas unidades interiores de climatización Serie M, que combinan aire acondicionado y bomba de calor con la función de purificación de aire. www.daikin.es

15 iHealth. Los nuevos tensiómetros de muñeca de la marca son dispositivos intuitivos y de fácil utilización. Permiten medir la tensión arterial, la frecuencia cardiaca y detectar arritmias. Gracias a su conexión Bluetooth, los resultados se almacenan instantáneamente a través de la aplicación iHealth MyVitals. ihealthlabs.com

Fútbol + televisor + cerveza: trinomio ganador

Los televisores UHD de gran tamaño y con contenidos online mandan en el mercado

Si echamos la vista atrás en los últimos 3-4 años, lo cierto es que el mercado español de televisores se ha visto duramente afectado por la crisis. Una crisis que no ha sido sólo económica, sino que también ha estado influida, en parte, por un cambio de paradigma en cuanto a las necesidades de producto por parte de los usuarios. Hace una década, el televisor concentraba prácticamente el 90% del ocio doméstico. Sentarse a ver la televisión era un clásico de la sobremesa de los fines de semana. Hoy, sin embargo, especialmente con la llegada de Internet, sabemos que navegar por la red se ha convertido en el principal pasatiempo en detrimento de la “caja tonta”.

Y esto implica que, cada vez más, los contenidos audiovisuales son consumidos desde múltiples pantallas, sean o no competencia del televisor. Un ejemplo claro: según datos GfK, el televisor sigue liderando el 64% de los contenidos audiovisuales en el grupo de adultos, seguido por el ordenador, con el 19%; el smartphone, con el 9% y las tabletas, con el 8%. Pero si tenemos en cuenta la franja de edad que va de los 18 a los 34 años, se observa que el televisor, aunque sigue liderando la interacción con los contenidos audiovisuales, ya baja hasta el 49%. En paralelo se observa un incremento del uso del resto de pantallas. Así el ordenador, en este grupo, ya representa el 27%; el smartphone, el 13% y la tableta, el 11%.

Lo que queremos decir con esto es que el televisor es un producto asociado eminentemente a generaciones anteriores y que los jóvenes no perciben como algo tan imprescindible como lo era para los nacidos antes de la llegada de Internet.

Smart TV, una solución

Quizás por lo dicho anteriormente, los smart TV, o la dotación a los televisores de contenidos y capacidades online supone, no sólo una solución de supervivencia, sino una palanca importante para impulsar su adaptación a la nueva realidad conectada.

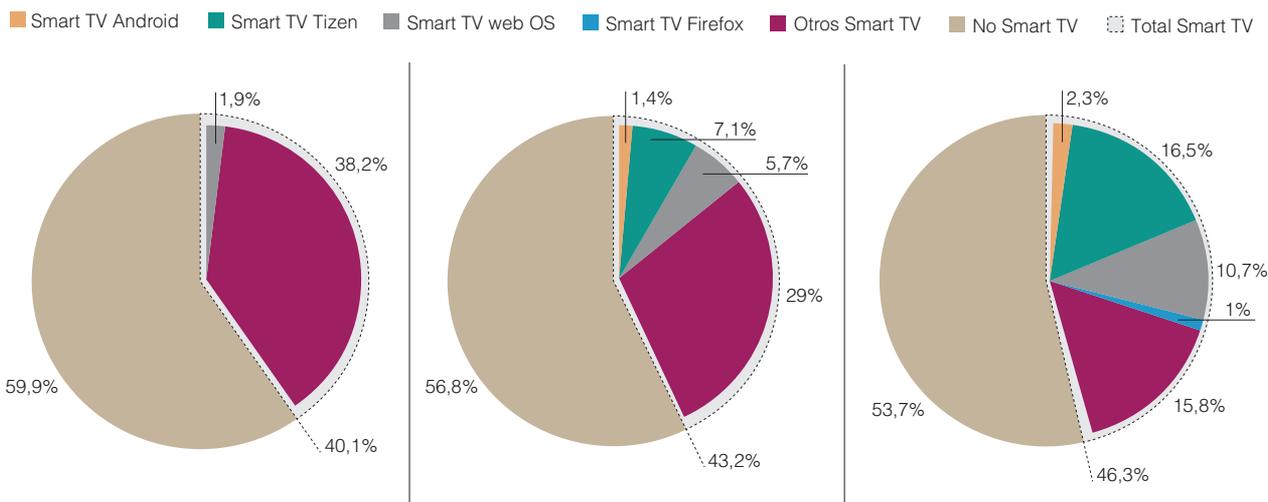
Ver la televisión, durante años, uno de los entretenimientos favoritos de los españoles, tiene ahora que competir con consultar y navegar Internet a través de otras pantallas. ¿Volverá a recuperar el televisor el trono del ocio doméstico con el smart TV? Habrá que verlo.

Según GfK, en 2018 habrá en el mundo más de 2.000 millones de dispositivos de televisión conectados a Internet, frente a los poco más de 500 millones que había en 2012 y de esos 2.000 millones, la mitad serán televisores planos.

Otro dato que indica que la conectividad a la red y los contenidos online son claramente impulsores de las ventas de televisores, se refiere a nuestro país. Según también los datos de GfK, las ventas de televisores conectados en España en 2014 representaron el 40,1%. En 2015 el porcentaje subió hasta el 43,2% y en enero de 2016, hasta el 46,3%.

Toda esta información indica que aunque las funcionalidades smart TV, aún no se han convertido en estándar de mercado, acabarán siéndolo. De forma que, como ha pasado en el mercado de la telefonía móvil, no se concebirá en el futuro una “tele” sin Internet.

Al igual que hemos citado el mercado de smartphones, los fabricantes de televisores apuestan también para sus productos, por diferentes sistemas operativos. Según los datos de GfK, del total de televisores vendidos en España



en enero de 2016, el 16,5% empleaban el sistema operativo Tizen, construido a partir de la plataforma Linux de Samsung; el 10,7% empleaban Web OS (de LG); y sólo el 2,3% Android. Firefox era empleado por apenas el 1% y el 15,8% restante eran smart TVs con otros sistemas operativos.

Eventos y sociabilidad

A pesar de que los televisores hayan ido perdiendo “tj-rn” entre las nuevas generaciones, hay acontecimientos, como los eventos deportivos tipo la Eurocopa de Fútbol de este año, en los que el televisor sigue siendo un elemento fundamental no sólo por la experiencia que permite, muy superior, básicamente por tamaño y calidad, a la del resto de pantallas, sino por el efecto de congregación de grupos y de sociabilización en torno a ella. Ver un partido en pantalla grande y con otros seguidores del mismo equipo supone una experiencia con la que ni ordenadores ni tabletas ni smartphones pueden competir. Por eso, como ha sido siempre, y está demostrado, la llegada de mundiales, olimpiadas y otras competiciones deportivas de gran calado, suponen una excelente oportunidad para fabricantes y tiendas a la hora de dinamizar el mercado.

Así, si como hemos visto, el tamaño es un claro elemento diferenciador a favor del televisor en el universo de pantallas en el que nos movemos, cuanto más pulgadas tiene un televisor más profunda es la brecha con sus potenciales competidores. Pero es que además, mayor tamaño de pantalla supone una mejor experiencia de visionado, más aún si esa experiencia es compartida con otros, y si ese

mayor tamaño lleva aparejado un elemento aspiracional y de cierta ostentación. Esto, unido a que las nuevas tecnologías de imagen, como la UHD, lucen más en los modelos mayores, estaría detrás de las mayores ventas de estos modelos, como otras de las palancas que impulsan el crecimiento en la categoría.

Otras tendencias ahondan en la calidad de imagen, con sistemas de refresco mejores para imágenes en movimiento; contrastes que consiguen negros mucho más puros y colores más reales y brillantes como los que permite la tecnología de alto rango dinámico (HDR).

En las páginas que siguen hemos querido ofrecer una muestra no exhaustiva, pero sí lo suficientemente representativa, de televisores presentes en el mercado que incorporan algunas o la mayoría de estas características.



Grundig

Grundig continúa ampliando su gama de televisores con la incorporación de la nueva línea Premium IMMENSA. Diseño panorámico, excelente sonido estéreo de tres vías y una calidad de imagen óptima en UHD y Full HD son algunas de las señas de identidad de las nuevas pantallas de la marca, unido a la innovadora plataforma Smart Inter@ctive TV 4.0 Plus de Grundig.

www.grundig.es



Immensa

El producto estrella de la nueva gama de televisores premium Immensa es el modelo Grundig Vision 9 Ultra HD. Equipado con las últimas tecnologías en definición de imagen, como High Dynamic Range (HDR) y Multi Colour Enrichment, ofrece una imagen de elevada calidad con una excelente percepción del color y un alto contraste, gracias a otras tecnologías como Micro Dimming Engine y Local Dimming Engine.

En cuanto a sonido, la nueva línea viene equipada con un sistema estéreo de tres vías, ocho altavoces y dos subwoofers. Esta sofisticada arquitectura distribuye el sonido y lo proyecta en tres direcciones: adelante, atrás y abajo, creando una experiencia auditiva envolvente. La tecnología DTS StudioSound HD acaba de perfeccionar la calidad del audio. Punto destacado de la serie Grundig Vision 9 Ultra HD es también su diseño, que presenta una estética contemporánea y minimalista. La pantalla está rodeada de un prácticamente imperceptible marco de aluminio y soportada por un pie y un panel trasero de diseño clásico, pensado para encajar en cualquier ambiente. Completan las prestaciones de este televisor dos sintonizadores triples incorporados (TDT, Satélite y Cable). La tecnología SAT-to-IP permite hacer de la televisión por satélite un servicio multidispositivo en todo el hogar, mientras que la plataforma Smart Inter@ctive TV 4.0 Plus pone a disposición del usuario más de 1.000 aplicaciones que incluyen los servicios de vídeo bajo demanda más populares, además de juegos.

La nueva familia Vision 9 Ultra HD de Grundig se completa con las series Vision 7 Full HD y Vision8 Ultra HD, formadas por varios modelos que incorporan distintas prestaciones, y disponibles en diferentes tamaños desde 40" a 65". Vision 9 Ultra HD estará disponible en tienda a partir de mayo, con sus versiones de 48 y 55 pulgadas. El modelo de 65 pulgadas lo hará a partir de junio de 2016.

Hisense

Hisense, tercer fabricante mundial de televisores, apuesta fuerte por la smart TV y los contenidos online en sus nuevos modelos. Buena muestra de ello es el acuerdo alcanzado con Wuaki TV, el servicio de streaming de películas y programas de televisión, para dotar a sus nuevos smart TV de un botón con acceso directo a dichos contenidos.

www.hisense.es



H43M3000

Este televisor UHD (3.840 x 2.160) de 43 pulgadas con tecnología de retroiluminación LED de Hisense presenta un diseño Ultra Slim y cuenta con un procesador Quad Core integrado, para una navegación y descargas de contenidos ultrarápida. Además, gracias al soporte del decodificador H.265 presenta una muy buena calidad de imagen. Este decodificador permite descomprimir archivos con compresión de datos muy alta (4K streaming) manteniendo una excelente calidad de imagen, según el fabricante (calidad visual equivalente a H.264/AVC con hasta un 50% de ahorro en el número de bits o, lo que es lo mismo la mitad de tamaño).

Otras características incluyen colores brillantes y claridad superior, gracias a sus 800 hercios de refresco y funcionalidades de Smart TV VIDAA 2.0, gracias a su WiFi integrado, lo que incluye acceso directo a plataformas de contenidos online como Netflix o Wuaki TV desde el propio mando a distancia.

Más prestaciones de este modelo son clase energética A; Anyview; DVB-T2/T/C/S2/S; 4 puertos HDMI y 3 USB; función PVR y modo Hotel + Clonación.



1

2



3

1 Panasonic. El nuevo televisor DX900 ha sido calibrado por los profesionales de Hollywood para reproducir las imágenes como fueron tomadas. Este modelo 4K pro con HDR premium, es un smart TV compatible con contenido VOD en streaming y sistema operativo basado en Firefox con menús más intuitivos que incorpora el nuevo procesador HCX, que permite reproducir contenido HDR Premium a través de 8.000 puntos de registro con hasta 40 veces más precisión que un televisor convencional. Su panel LED de 1.000 nits, con forma de panel de abejas, ilumina hasta 512 zonas independientes de la pantalla, sin contaminación lumínica entre leds, que se traduce en un contraste 20.000 a 1. El nuevo televisor está respaldado por certificaciones como la THX, que lo hacen apto para cine en casa, o la de la UHD Alliance, que garantiza unos estándares de calidad destacados. El televisor está disponible en 58 y 65 pulgadas a unos precios de 3.999 y 5.000 euros respectivamente. www.panasonic.es

2 LG. Los nuevos televisores UHD 4K de la gama LG OLED TV son compatibles con los formatos High-Dynamic Range (HDR), tanto HDR Dolby Vision como HDR10. LG OLED TV es el primer televisor que no requiere luz trasera LED, sino que cada píxel es independiente y autoluminiscente, lo que le permite un nivel de negros, contrastes y colores inalcanzable por cualquier otro televisor. La gama OLED TV 2016 incluye los modelos E6, G6, B6 y C6. www.lg.com/es

3 Samsung. La línea 2016 de los televisores Samsung SUHD incluye modelos de 49, 55, 65 y 78 pulgadas. Todos ellos cuentan con certificación UHD Premium, que garantiza una ultra alta definición de 3.840x2160, 10 bits, cobertura de al menos el 96% de la gama de color DCI-P3, soporte HDR, luminancia de 1.000/0.05 nits y sistema operativo Tizen. www.samsung.es

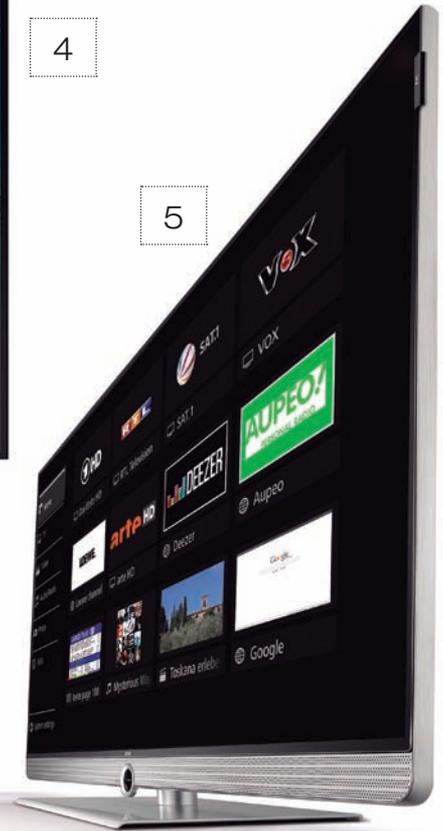


4

5



6



4 Sony. Los nuevos televisores Sony incorporan el formato de imagen 4K HDR, que ofrece un mayor rango de color y contraste y que cuenta con el respaldo de la industria cinematográfica y de contenidos audiovisuales. A ello hay que sumar la tecnología Slim Backlight Drive, que con negros más negros, reproduce las escenas oscuras con más detalle. Se trata de un sistema que combina la calidad de imagen de los paneles led matriciales con el diseño delgado que permiten los led perimetrales. A lo anterior hay que sumar un diseño elegante que esconde cables y conexiones y que utiliza materiales nobles como el aluminio cepillado de las peanas. La gama que mejor representa las nuevas incorporaciones de TV de Sony es la XD93, que puede colgarse a menos de 4 cm de la pared. Su precio, a partir de 2.599 euros el modelo de 55". www.sony.es

5 Loewe. Loewe Art 40 UHD es un smart TV 4k de 40 pulgadas equipado con paneles de Ultra Alta Definición con retroiluminación Edge-LED y un tiempo de respuesta en movimiento de hasta 200 Hz. Loewe ha trabajado con la marca SOEN para integrar, en la parte inferior de la pantalla, un altavoz cerrado que esconde dos altavoces con una potencia total de 80W. Asimismo, está provisto de un decodificador multicanal AV 5.1, compatible con los formatos de sonido Dolby TrueHD y DTS-HD. Provisto de un doble sintonizador, permite ver un contenido mientras graba otro en una memoria USB. El sistema permite la creación de un espacio de contenidos favoritos para acceder a ellos desde la pantalla inicial. El precio del Loewe Art 40 UHD son 1.399 euros (IVA incluido). www.loewe.maygap.com

6 Philips. TP Vision ha llegado a un acuerdo con la plataforma de juegos online GameFly que permitirá a los propietarios de determinados modelos de televisores Philips Smart TV y Android TV de 2015 y 2016 disfrutar de la experiencia de los juegos de calidad para consolas, especialmente en los modelos con tecnología Ambilight exclusiva de Philips. La tecnología Ambilight incorpora una serie de LEDs en la parte trasera del televisor para proyectar sobre las paredes un halo de luz que cambia continuamente en función de los colores que se muestran en la pantalla. Esta tecnología alcanza una nueva dimensión con el innovador modelo AmbiLux que presenta nueve proyectores traseros que permiten mostrar la imagen de la pantalla en hasta tres metros de la pared posterior, ofreciendo una experiencia única de juego inmerso. www.tpvision.com

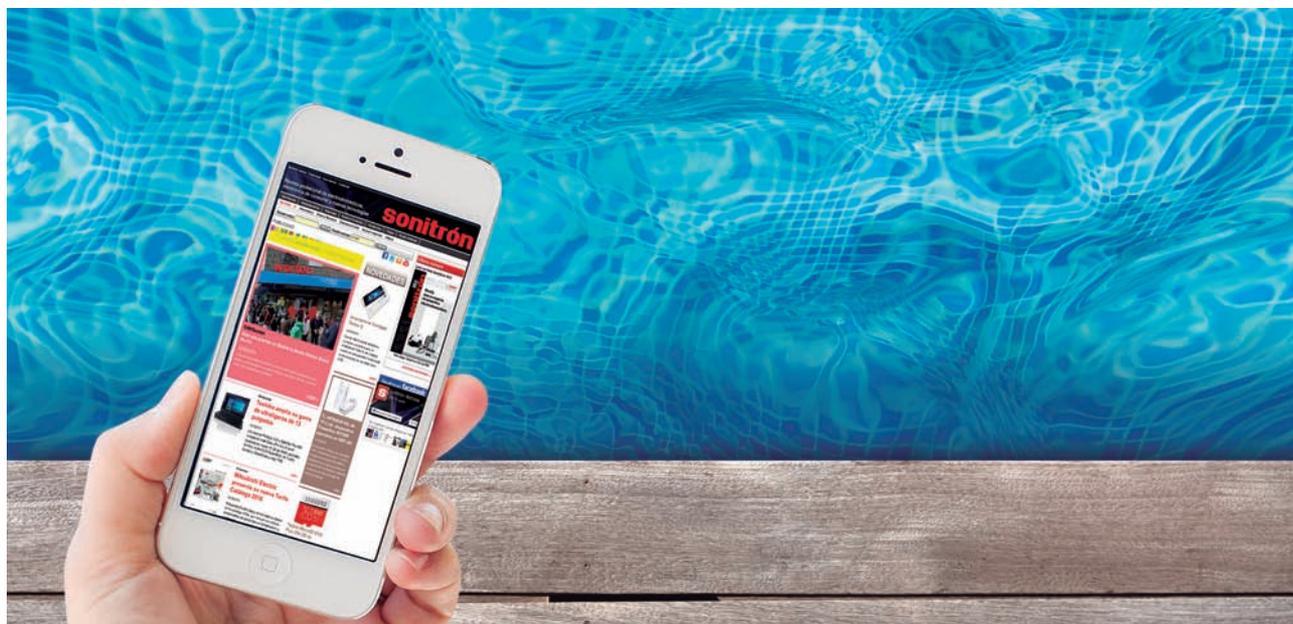
Tecnología estival para disfrutar del ocio

El verano y la tecnología no son opuestos, sino complementarios, como se muestra en las siguientes páginas

Llega el verano, y con él las ganas de aprovechar a tope los días largos, el horario intensivo en la oficina y, cómo no, las vacaciones. En un momento en que el optimismo respecto a la situación del país, aunque se haya reducido ligeramente, continúa siendo muy superior al de estos últimos años en los que no acabábamos de ver la proverbial luz al final del túnel, nos sentimos preparados para que nada nos impida acumular unos recuerdos frescos y coloristas que nos permitan afrontar el largo invierno. Y para eso, necesitamos, ante todo, tiempo libre, un tiempo libre que será proporcionado sin duda por una gama blanca y un PAE del hogar cuyos fabricantes están cada vez más dispuestos a llenar de funciones que nos faciliten la vida. Tiempo libre también significa ocio, un ocio que en la actualidad es enormemente tecnológico, y por eso con la finalización del curso muchos consumidores se plantean renovar sus equipos informáticos, sobre todo aquellos que no con-

ciben una estancia vacacional sin estar permanente conectados, sea al trabajo, sea a las redes sociales. Lo mismo ocurre con los smartphones, muy útiles cuando los viajes de placer (esos que nos conducen a lugares donde es preceptivo tener una buena cámara fotográfica siempre a mano) obligan a poner distancia entre nosotros y nuestros seres queridos.

El verano es también una época eminentemente festiva y musical, donde disponer de buenos aparatos de sonido puede marcar la diferencia entre la diversión o el aburrimiento, en unas fiestas y picnics veraniegos donde sin duda se necesitarán accesorios que ayuden a cocinar sabrosas y frescas recetas al aire libre. En las páginas siguientes, se muestra una amplia oferta de toda la tecnología que podrá convertir a este verano en el mejor que se haya vivido nunca. Sobre todo, si ponemos todo lo que esté en nuestra mano para lograrlo.



Conecta el mundo móvil en tu hogar.

Se acabaron los problemas de cobertura GSM en el hogar. **Gigaset MobileDock** transfiere las llamadas entrantes desde el smartphone al teléfono fijo y los terminales DECT, en cualquier lugar de la casa.



El nuevo dispositivo para tu smartphone.

Gigaset MobileDock LM550 para Android™ o LM550i para iOS

Configuración a través de la app MobileDock, disponible para Android 4.4. e iOS 7.0



gigaset.com/es
 [Facebook.com/gigaset](https://www.facebook.com/gigaset)



Gigaset

Wherever you go.



1



3



2



4



5

1 Cata. presenta Rocook, una placa de inducción que permite preparar platos a baja temperatura y en cuyo desarrollo también han participado el Celler de Can Roca y Llékué. Este tipo de cocina busca obtener el punto óptimo de cocción para cada alimento y supone una solución para poder cocinar con precisión profesional y, sobre todo, comodidad.

www.cata.es

2 Siemens. El lavavajillas iQ700, con su nuevo display TFT y el panel interior touchControl, ofrece información sobre el ciclo de lavado y acceso directo a programas y funciones, y además permite personalizar al más mínimo detalle diferentes ajustes del aparato. Cuenta con hasta ocho programas, incluyendo tres automáticos gracias a la tecnología iSensoric, y un programa nocturno más silencioso, y cinco funciones diferentes para cuidar la vajilla. www.siemens-home.es/

3 Miele. ha lanzado su envasador al vacío EVS 6214 que, con sólo 14 cm de altura, se integra completamente con los hornos de la generación 6000 de la marca. Muy útil para conservar los alimentos en las mejores condiciones en época de calor, el envasador permite realizar diversos ajustes para que el usuario establezca diferentes niveles de vacío y sellado. www.miele.es

4 AEG. El frigorífico Combi Profresh+ S93930CMX2, con doble circuito de refrigeración, mantiene las condiciones ideales para preservar los alimentos frescos, y garantiza un perfecto No-Frost en el congelador. Gracias a la tecnología MultiFlow ofrece una ventilación uniforme para estabilizar la temperatura y la humedad, conservando los alimentos más frescos durante más tiempo. De clase energética A+++, consume un 48% menos que la clase A+. www.aeg.com.es

5 Balay. Los hornos Serie Cristal, de Balay, cuentan con un nuevo sistema que dispone de un innovador mecanismo de freno. Éste permite fijar ambos raíles en paralelo al mismo tiempo, para una fácil colocación de las bandejas. www.balay.es



1 Panasonic. lanza su nuevo objetivo Lumix G H-FS12060 con zoom y distancia focal de 12-60 mm (equivalente a una cámara de 35 mm: 24-120 mm), muy versátil, con un alto rendimiento y durabilidad. Está basado en el estándar del sistema Micro Cuatro Tercios, ofrece un zoom de 5x y un ángulo de visión más amplio. Totalmente sellado contra las inclemencias del tiempo, logra un rendimiento óptimo. www.panasonic.com/es

2 Nevir. El TV D-LED NVR-7406-43HD-B de 43 pulgadas Full HD permite la máxima reproducción en formatos multimedia de audio y vídeo, además de grabación Timeshift (un sistema de grabación interactivo para grabar todo lo que se emite por el televisor). Dotado con alta calidad de imagen, reducción digital de ruido, ajuste de temperatura del color y alto contraste, cuenta con altavoces estéreo con efectos de sonido y ecualizador. Su funcionamiento es ecoeficiente, para un menor consumo energético. www.nevir.es

3 Sony. La cámara sin espejo a6300 captura vídeo a 4K y graba a 1.920 x 1.080 Full HD. También es novedad su sistema de enfoque, el 4D Focus, que cuenta con un sistema de detección por fase con 425 puntos. Además, un modo en 1.080 p permite registrar 120 imágenes por segundo, esencialmente para hacer una especie de cámara lenta. www.sony.es

4 Samsung. Galaxy TabPro S es un 2 en 1 que combina la tecnología de Samsung con el sistema operativo Windows 10 para crear un dispositivo de gran calidad. Con la incorporación de las funciones más importantes de los PCs y de las tabletas, los usuarios podrán disfrutar en un solo dispositivo de las ventajas de ambos. www.samsung.es

5 Olympus. La OM-D E-M5 Mark II es una cámara de última generación para los amantes de la fotografía creativa. Incorpora el revolucionario sistema de estabilización de Imagen en cinco ejes que evita las imágenes borrosas tanto en fotos como en vídeos incluso con poca luz y sin necesitar trípode. www.olympus.eu

6 Wiko. Wiko Sunny ofrece la nueva versión de Android 6.0 Marshmallow, un procesador Quad Core de 1,3 Ghz, 8 Gb de memoria interna ampliable hasta 64 Gb adicionales y una pantalla de 4" con una resolución WVGA. Todo ello está acompañado con una imagen llamativa y dinámica y formas cómodas y ergonómicas. Está disponible en cuatro colores. es.wikomobile.com/



7



8



10



9



11



12

7 Gigaset. DECT Repeater 2.0 es una estación transmisora situada a la máxima distancia de la estación base de Gigaset, que ofrece doble libertad de movimiento en la casa o el jardín (de 60 a 120 metros en edificios y de 300 a 600 metros en el exterior). Las llamadas pueden ser atendidas de forma interna y externa, con un amplio rango de alcance. La cobertura puede ser optimizada mediante el uso de hasta seis Gigaset DECT Repeater 2.0 en las proximidades de la estación base. www.gigaset.com/es_es

8 Toshiba. ha lanzado al mercado su nueva serie Z, la última generación de sus ultraligeros profesionales de gama alta. Incluye un total de ocho modelos comerciales de 12 a 15 pulgadas, de apenas 2 cm de grosor, un peso que oscila entre 1,2 y 1,5 kg y una autonomía de entre nueve y 19 horas. Todos los equipos son compatibles con el mismo modelo de docking y de adaptador AC y comparten la misma imagen de sistema operativo, lo que simplifica y abarata su gestión y mantenimiento. www.toshiba.es

9 Acer. Aspire R 15 incluye procesadores Intel Core de 6ª generación, hasta 12 Gb de memoria DDR4 con mayor velocidad de procesamiento y menor poder de consumo, tarjeta gráfica NVIDIA GeForce 940MX y un puerto USB 3.1 Type-C reversible. La antena ExoAmp permite una conectividad mejorada, con su nueva ubicación evita el ruido del sistema y ofrece una experiencia wireless más estable, rápida y fluida a través de su carcasa metálica. Los usuarios también se benefician de una rápida conectividad inalámbrica MU-MIMO 2x2 y una autonomía de la batería de hasta nueve horas. www.aceronline.es

10 Nikon. Nikon D500 es una cámara de formato DX que combina las excelentes prestaciones de una réflex digital de formato FX con un cuerpo de ágil y mejorado manejo. Cuenta con uno de los más avanzados sistemas AF, dispone de grabación de vídeo 4K UHD, y además es la primera cámara de Nikon que permite conectividad permanente gracias a la nueva tecnología SnapBridge. www.nikon.es

11 Canon. Ideal para iniciarse en la fotografía DSLR, la EOS 1300D dispone de conexión WiFi y NFC Dinámico, así como de una serie de funciones mejoradas para ayudar a captar fotos y vídeos creativos impresionantes. Con un sensor de 18 Mp y un manejo sencillo, capta imágenes de atractiva apariencia que se pueden compartir de forma inmediata. www.canon.es

12 EET Europarts. El altavoz Exo eSTUFF ofrecen un sonido de gran calidad para su reducido tamaño. Con una autonomía de cuatro horas, es perfecto para poderse llevar a la playa o piscina. Se conecta a cualquier teléfono, tableta u ordenador a través de Bluetooth o por 3,5 mm AUX-in, está disponible en varios colores y es de fácil funcionamiento, ya que en la parte posterior se hallan los botones de control. Cuenta con un enganche para colgarlo a una mochila mientras se está en movimiento, y también integra un micrófono. es.eetgroup.com



13



14

15



18



16



17



13 HP. Spectre es un portátil finísimo (tan sólo 10,4 mm de grosor) con cuerpo de aluminio pulido CNC. Cuenta con procesadores Intel Core i5 o i7 que otorgan un rendimiento superior a los procesadores móviles, utilizados a menudo en este tipo de dispositivos. Destaca la experiencia multimedia que proporciona, con su pantalla HD de 13,3 pulgadas (33,8 cm) sin bordes y su sonido Bang & Olufsen. www.hp.com/es

14 LG. G5 & Friends, un smartphone modular muy premiado, ya ha llegado a España acompañado de su completo ecosistema de dispositivos (LG Playground) que lo transforman en una cámara digital, un reproductor de música HiFi y mucho más, y multiplican la experiencia de entretenimiento móvil. www.lg.com/es

15 Energy System. Los nuevos Energy Multiroom Portable WiFi y Energy Multiroom Tower WiFi giran en torno al concepto sistema de sonido Multiroom, que permite controlar la reproducción de la música que suena en cada habitación desde una aplicación desarrollada en exclusiva. www.energysystem.com

16 Philips. La nueva torre de sonido Philips NX4, de la gama de sonido Philips Nitro, alcanza los 1.000 W RMS. Más compacta y económica que su antecesora, permite poner música desde Bluetooth, MP3, CD y USB e incorpora unas ruedas en su base para un fácil transporte. Cuenta con subwoofer cuyo Botón NX Bass potencia el sonido al instante: al presionarlo, emite un golpe de graves de forma instantánea y unos efectos de luces desenfrenados, hasta 260.000 combinaciones diferentes de colores que fluyen al ritmo de la música. Ideal para las fiestas veraniegas. www.philips.es

17 TP-Link. El WiFi Móvil LTE-Advanced M7350 ofrece una conexión estable mediante el uso de tecnología móvil 3G/4G LTE, para disfrutar de Internet sin interrupciones, tanto en casa como de viaje. Soporta 4G LTE con hasta 150 Mbps de velocidad de descarga y 50 Mbps de velocidad de subida y hasta 15 dispositivos simultáneamente, su batería de 2.550 mAh permite hasta 10 horas de funcionamiento. Con 2,4 o 5 GHz, está equipado con ranura para tarjeta microSD que permite hasta 32 Gb de almacenamiento opcional. www.tplink.es

18 Huawei. P9 está codesarrollado con la icónica marca mundial Leica Camera AG. La cámara de doble lente de este nuevo dispositivo establece un nuevo estándar en la fotografía para smartphone. Está equipado con una pantalla de 5,2 pulgadas y resolución 1.080 p, procesador Kirin 955 2,5GHz 64-bit ARM y batería de alta densidad de 3.000 mAh. www.huawei.es



1



4



2



3

5



1 Jata. El grill raclette de terracota GT202, 100% inoxidable, permite asar al modo tradicional en la superficie superior, sin que nada se pegue, y realizar exquisitas salsas o fundidos en su parte inferior con sus dos raclettes. Es ideal para cocinar al aire libre. www.jata.es

2 Manta. Perfecta para largos viajes, la nevera portátil CLR32ACDC 32L cuenta con enchufe de carga tanto para coche (AC 12V) como para una toma de corriente normal (DC 220V). A su vez, no sólo enfría (18° C-22° C) sino que calienta hasta 65° C. www.manta.com.es

3 Taurus. Con la heladera Tasty n' Cream, el usuario puede crear sus propios helados. Con 12 W de potencia, bol refrigerante extraíble de 1,5 L y pies antideslizantes, incluye ocho sabrosas recetas. www.taurus-home.com

4 Rowenta. El cepillo de vapor steamer Master Valet permite, en un solo gesto, alisar las prendas y darles una caída óptima de forma fácil y rápida. Además tiene prácticas funciones como la desinfectar y desodorizar, el cepillo para tejidos y los accesorios quitapelusas. Y gracias a sus ruedas, puede estar siempre donde se desee, para pasar el verano sin ser esclavo de la tabla de planchar www.rowenta.es

5 Dyson. El purificador Dyson Pure Cool Link elimina el 99,95% de los alérgenos y agentes contaminantes del aire, al mismo tiempo que lo refresca. Cuenta con filtro Dyson HEPA 360° Glass y tecnología Air Multiplier. www.dyson.com



6



7



6 iRobot. El robot Roomba 980 limpia toda la casa gracias su navegación visual inteligente, que le permite recargar y reanudar de forma autónoma, con conexión a través de la app iRobot Home y conectividad Wi-Fi. La navegación iAdapt 2.0 con localización visual le permite limpiar durante hasta dos horas seguidas sin descanso y de forma eficiente, debajo y alrededor de los muebles. Su nuevo sistema Aeroforce con Carpet Boost duplica el rendimiento de limpieza donde más se necesita.

www.irobot.es

7 Ecovacs Robotics. El robot limpiacristales W850 cuenta con un motor de alta velocidad que garantiza la limpieza en profundidad. Con 19.000 rotaciones por minuto, se mantiene pegado de manera segura al vidrio, y su tamaño reducido permite que quepa en ventanas estrechas (45 x 65 cm).

www.ecovacs-europe.com

Official Partner
of the Future
since 1924



The Global
Innovations Show

IFA+ Summit
Vision Meets Industry

Your Early Bird Ticket!
ifa-berlin.com/summit

IFA-Contact:
BRIFER SERVICES, S.L.
Tel. +34 917 672 767
brifer@brifer.es

Todo listo para Melco 2016

El evento tendrá lugar en Valencia del 7 al 9 de junio



Ya está todo a punto para una nueva edición del club de los negocios Melco, que este año, del 7 al 9 de junio, volverá a tener las instalaciones de la feria de Valencia como sede.

Como principales novedades, la edición de 2016, según han podido confirmar fuentes de la organización, contará, como fiel reflejo de las tendencias del mercado de la electrónica de consumo, con la presencia de los productos más innovadores como impresoras 3D, drones, o robots, que se unirán al resto de categorías de producto que participan habitualmente en Melco.

Además, con el objetivo de conseguir generar más negocio para los participantes, Melco 2016 permitirá el acceso,

el jueves 9 de junio, a visitantes profesionales. Como explican desde la organización, “uno de los cambios más significativos en la próxima edición del club de negocios es la intención de los organizadores de incentivar la participación de un mayor número de retailers. Con ese objetivo, facilitaremos el acceso durante el jueves 9 de junio, a todos los detallistas que sean invitados por las empresas expositoras”.

Otras novedades afectan a Melco Forum, las conferencias impulsadas por la consultora tecnológica Context, partner del salón. De esta manera dichas sesiones formativas y de debate pasarán a celebrarse en un formato abierto la mañana del jueves 9 de junio.



Sobre expositores y compradores

Entre los expositores que se darán cita este año en el club de negocios figuran marcas como Airis, Interbox, Nedis, Kp Sport, Parrot, Blusens, Elements, Fersay, Kaos, o Juguetrónica. Destaca asimismo la presencia de una amplia gama de marcas de telefonía entre las que podemos citar a Injoo, Xiaomi, Meizu, Airis, Haier, Alcatel, Elements, Jiayu o Avenzo.

Las previsiones de los organizadores de la feria apuntan a que Melco 2016 contará con 50/55 expositores directos con agenda que representarán a entre 90 y 100 marcas.

Por lo que respecta a los compradores, como suele ser habitual en cada edición de la cita, su número suele ser el doble que el de expositores, de manera que se pueda garantizar que todos tengan la agenda completa y puedan incluso realizar más reuniones fuera de la agenda oficial, ya sea a través de la propia plataforma del salón, o de manera completamente espontánea y libre. Está previsto que las empresas compradoras participen en más de 100/110 agendas.

Como aseguran los organizadores de Melco, este año habrá novedades también en los procesos de la agenda de reuniones, tanto en lo que se refiere a su control, como por lo que respecta a su preparación por parte de los participantes, de manera que resulte aún más fácil y eficiente hacer negocios.

El estreno de Melco Live

Como parte del proceso de renovación continua del club de los negocios, Melco 2016 pondrá en marcha la primera edición de Melco Live, un espacio diseñado para ver en funcionamiento los productos de última





generación. De esta manera en Melco Live, este año se realizarán demostraciones de vuelos de drones, así como impresoras 3D y robots en funcionamiento, productos que se espera que impulsen las ventas en las próximas campañas.

Entre las empresas que, hasta el momento, han confirmado su participación en el nuevo y diferenciado espacio Melco Live 2016 figuran Kp Sport, Midland, Parrot, Studyplan, Prixton o Juguetrónica. Las demostraciones se efectuarán en sesiones de 20 minutos.

Premios Melco 2016

El espíritu de renovación que recorre Melco 2016 también tendrá su reflejo en los Premios a la Innovación. Así, este año, la defensa de las candidaturas de los tres productos finalistas de cada categoría se realizará en un espacio abierto donde, además de los miembros del jurado, podrán asistir todos los participantes que lo deseen, para ofrecer una mayor transparencia en el proceso de elección de los ganadores.

Por otra parte, tanto la defensa de las candidaturas, como la Gala de Entrega de Premios, tendrán lugar este año el martes 7 de junio, adelantándose al primer día de celebración del evento en lugar de celebrarse la última noche, como en anteriores ediciones. De esta manera, los ganadores podrán hacer gala de los galardones durante la celebración de Melco.

Enfocado al negocio

Melco es un Club de Negocios, lo que permite que los participantes tengan un contacto directo y personal, de una forma mucho más directa que en una feria tradicional.

En Melco, todo está pensado para crear oportunidades de negocio, tanto en los stands, como también en las diferentes áreas y actividades que la organización ha creado para ello; After Work, Entrega de Premios, Restaurante, Melco Live...

El evento va dirigido a todos los profesionales del Canal Retail de nuevas tecnologías y PAE. Además, en esta edición, la feria amplía el abanico de visitantes del último día del certamen, permitiendo el acceso, el jueves día 9 de junio, a todas aquellas personas vinculadas al sector, excepto a los fabricantes que no sean expositores del Club de Negocios.

En resumen, cualquier profesional vinculado a este sector debería estar interesado en Melco, dado que es el único evento que reúne al sector de la Península Ibérica. En tres días permite la oportunidad de hacer una fotografía real y actualizada del sector.

Por lo que respecta a la presencia de empresas compradoras, el grado de fidelización año tras año de las mismas es muy alto, según la organización, dado que representa el 75% o más de la capacidad de compra Retail en cada edición.

En cuanto a los expositores, la fidelización es variable, dado que aunque hay un número de expositores que cada edición participan, lo habitual es ir alternando las ediciones a la espera de lanzamientos de nuevas gamas de productos o estrategias a presentar al canal retail, por ejemplo.

La mezcla de la oferta de producto innovador junto con el interés de los compradores hacen que el resultado de Melco sea en su mayor parte satisfactorio. Como explican los organizadores del evento, "en las últimas ediciones estamos muy satisfechos con la nueva oferta tanto de marcas, como de sectores. Drones, impresoras 3D, robótica, así como el pequeño electrodoméstico tienen una gran presencia y, por supuesto, telefonía, que será el punto fuerte de la próxima edición. Estamos seguros de que con más de 25 marcas nuevas, nuestras empresas compradoras que desean variedad estarán más que satisfechas".

CeBIT 2016: otro capítulo más en la transformación digital

Durante cinco días, una exitosa CeBIT 2016 subrayó la importancia de la digitalización de la economía y la sociedad

CeBIT 2016 (Hannover, 14-18 de marzo) alcanzó un exitoso cierre, consiguiendo elogios de expositores y visitantes, así como de los organizadores y sus socios. “CeBIT 2016 puso la digitalización en un lugar destacado de la agenda política, social y económica”, dijo Oliver Frese, miembro de la junta directiva de Deutsche Messe AG. “Esta edición ha subrayado el papel de CeBIT como la plataforma más importante del mundo para la digitalización de la economía y la sociedad. De la manera única propia de esta feria, CeBIT convirtió la digitalización en algo tangible.

Los visitantes del evento de cinco días experimentaron una nueva y mejorada CeBIT. “Hemos trabajado intensamente con nuestros expositores y socios internacionales” añadió Frese, “y podemos decir que los numerosos nuevos formatos impresionaron a los visitantes. Cada día, un millón de conversaciones de negocios se llevaron a cabo en el recinto ferial. CeBIT es el evento tecnológico más importante del año, es un impulso para el sector y se está empleando cada vez más como una plataforma de debate y networking”.

Internet de las Cosas

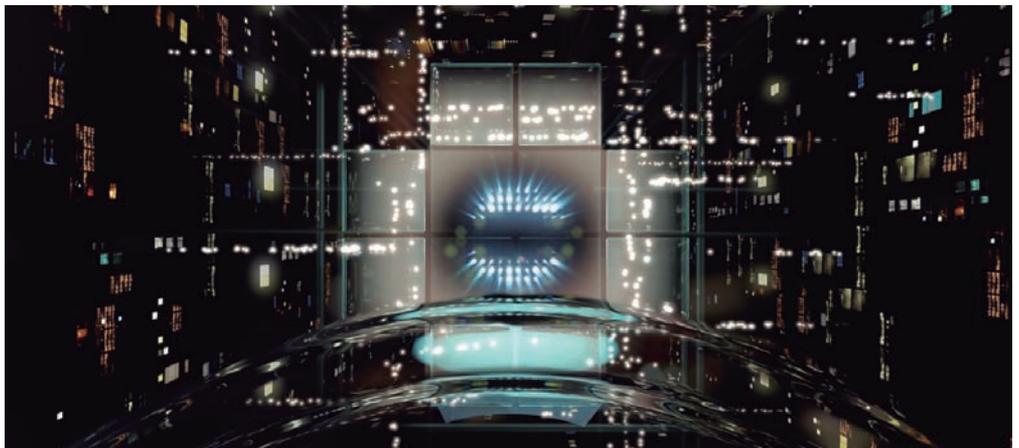
CeBIT contó con más de 500 ejemplos concretos de la digitalización y el Internet de las Cosas. “CeBIT ha sacado a la luz el Internet de las Cosas y lo ha hecho palpable. Los expositores han informado de muchos debates alrededor de este concepto”, continuó Frese. En los próximos años, proba-

blemente más de 50.000 millones de objetos estarán conectados con Internet, con el 90 % del valor añadido creado en el sector B2B.

Con el tema principal “d!conomy: join – create – succeed”, CeBIT se centró en las personas que se hallan detrás de las decisiones que impulsan la transformación digital. Como resultado, CeBIT registró un notable incremento de la asistencia de los profesionales de ventas, marketing, finanzas, banca y seguros. “En muchos casos, estos profesionales estuvieron acompañados por especialistas de TI de sus empresas. La digitalización está provocando una redistribución de roles dentro de las compañías. Esto a su vez cambia la estructura de los visitantes de CeBIT”, acabó Frese. “CeBIT tiene el poder de motivar tanto a los profesionales como a los clientes para aprovechar las oportunidades creadas por la digitalización”.

La próxima edición de CeBIT se celebrará del 20 al 24 de marzo de 2017.

www.cebit.de



La conectividad será protagonista en IFA 2016

La feria contará con 10.000 m² adicionales en una ubicación a 20 minutos del recinto principal



Dr. Christian Göke, CEO de Messe Berlin, durante la rueda de prensa sobre IFA 2016.

A mediados de abril tuvo lugar la Global Press Conference de la feria IFA, que en esta ocasión se celebró entre Hong Kong y Shenzhen, con motivo de la celebración en esta última ciudad de la primera edición del salón CE China, en cuya organización ha estado muy implicada la Messe Berlin. En el ya clásico evento pre feria se avanzaron algunos detalles de la próxima muestra berlinesa de electrónica de consumo y electrodomésticos, que, a cuatro meses vista, tenía ya reservado todo su espacio expositivo.

Como novedad, este año destaca la ampliación de la superficie en 10.000 metros cuadrados más, en un nuevo espacio en Berlín, denominado IFA Global Markets, a unos 20 minutos en transporte del recinto ferial. Este nuevo pabellón albergará a los fabricantes de componentes asiáticos.

Otros detalles de la cita del próximo septiembre será la participación del presidente de BSH, Karsten Ottenberg, en la conferencia inaugural de la feria, para hablar de la experiencia de usuario en la cocina conectada.

Recordemos que en 2015 la IFA ocupó 150.000 metros cuadrados de superficie (el 3% más que en 2014), generó un volumen de negocio de 4.700 millones de euros y recibió la visita de 240.000 visitantes, 142.000, profesionales y 63.000 periodistas de todo el mundo.

Tendencias

Como suele ser habitual en el evento de prensa previo a la feria de Berlín, se ofrecieron datos de mercado interesantes, proporcionados principalmente por la consultora GfK, que sirven de guía sobre las macro tendencias de los mercados



Friedemann Stöckle.

de electrodomésticos y electrónica de consumo, incidiendo sobre las categorías que están experimentando o se espera que experimenten los mayores crecimientos del mercado.

Por lo que respecta al mercado de electrodomésticos de línea blanca, Friedemann Stöckle, Director Global de MDA de GfK, destacó el incremento del valor de las ventas de lavadoras y lavasecadoras de los últimos meses en Europa occidental, lo que guarda relación con los electrodomésticos de mayor valor añadido, destacando entre estos valores, el de la conectividad. Está por ver si, como todo parece apuntar, los aparatos conectados serán los dinamizadores de la categoría. Según datos facilitados por Friedemann Stöckle, el 58% de los usuarios estaría dispuesto a adquirir un producto smart home en los dos próximos años. Posibles barreras a la compra serían el desconocimiento (23%), el coste superior (33%) y dudas sobre seguridad (19%) y privacidad (24%). El caso es que las prestaciones smart terminarán por convertirse en estándares para muchos productos, algo que ya comienza a suceder.

Las previsiones de GfK para la venta de electrodomésticos de gama blanca este 2016 apuntan a un crecimiento en unidades del 2% a nivel mundial, de entre el 3 y el 5% en Europa Occidental y de entre el 2 y el 5% para el caso español. Los principales incrementos futuros se esperan en el continente asiático, que concentrará el mayor porcentaje mundial de habitantes de clase media en 2030.

Por lo que respecta a PAE, el responsable de GfK a nivel mundial para esta categoría, Udo Jansen, habló de innovación, salud y conectividad como grandes trazos de una familia de productos de los que cada segundo se venden 50 unidades en todo el mundo y de la que se espera un crecimiento de entre el 2 y el 6% en valor a nivel mundial, hasta los 70.000 millones de dólares. Entre los productos que más crecieron en 2015 en Europa Occidental destacan los productos de salud/belleza (+18%); los eliminacallos de pies (+73%); los electroestimuladores (+25%); los aparatos para luminoterapia (+11%); los productores de zumo slow (+18%); los purificadores de aire (+45%)

y las freidoras sin aceite, por aire (+7%). Por lo que respecta a conectividad, es una realidad ya en cepillos de dientes eléctricos, en básculas de baño y en robots de cocina, cafeteras y robots aspiradores. Otro aspecto destacado es el de la eficiencia energética del PAE que bien regulada como en el caso de los aspiradores, supone una importante palanca dinamizadora de las ventas.

La conectividad será un punto importante en la categoría de electrónica de consumo. Como explicó Juergen Boyny, responsable en GfK de este grupo de productos, la conectividad está revolucionando el ocio doméstico, y puso de manifiesto el incremento de ventas de los smart TV.

www.ifa-berlin.com / www.gfk.com



Udo Jansen.

Avance de novedades

En la Global Press Conference de este año han participado, como en anteriores ediciones, algunos fabricantes que estarán en la feria como expositores y que han ofrecido unas pinceladas de lo que llevarán a Berlín el próximo septiembre. Es el caso de Philips, Kärcher, Panono y ZTE.

De Philips destacan las cafeteras Senseo Viva Café y Senseo Switch, así como la afeitadora y cortapelo OneBlade. En el segmento de cocina saludable, destaca su aparato multifunción Cooking Blender y en el de estilo de vida sano, su purificador de aire Philips Air.

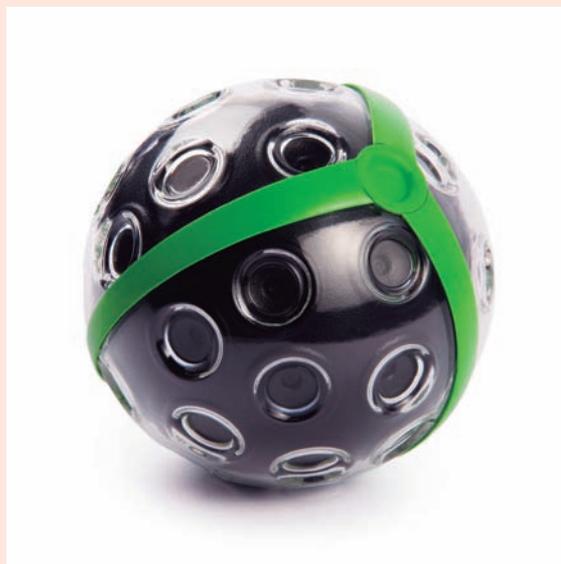
Pero si hay un segmento por el que Philips apuesta fuerte es por el del cuidado y la prevención de la salud, con dispositivos para el tratamiento de las enfermedades crónicas como la diabetes o los wearables y las Apps para el control del estilo de vida saludable como el reloj inteligente Health Watch. Los productos de este segmentos han sido validados para su uso como dispositivos médicos. Dentro de este contexto se enmarca también el acuerdo entre Philips y el seguro médico Allianz.



Kärcher, por su parte, presentó su nueva gama de limpiadores con agua a presión Full Control, que destaca por su pistola/mando ergonómico con controles digitales integrados para regular la presión (hay disponibles hasta tres niveles) según la superficie a limpiar. La punta de la lanza también se puede regular.



La firma finlandesa Panono y su cámara de 360° fueron también protagonistas en la Global Press Conference. Este dispositivo toma, con un solo click, 36 fotos en 36 direcciones diferentes con una resolución de 3 MP cada una que se combinan y almacenan automáticamente en Panono Cloud. Se puede acceder a ellas desde cualquier lugar y se pueden ver en línea o compartirlas con otros usuarios.



En cuanto a ZTE, mostró su tableta proyector Spro Plus, presentada durante el pasado Mobile World Congress de Barcelona. El dispositivo, con pantalla de 8,4 pulgadas, cuenta con una batería de 12.100 mAh y es capaz de proyectar imágenes a 80 pulgadas. La tecnología automática de corrección Keystone se encarga de que la imagen proyectada aparezca sin distorsiones, tanto vertical como horizontalmente.



Primeros pasos de la feria CE China

El nuevo salón, organizado por la Messe Berlín, inicia su andadura en Shenzhen con 120 expositores



La feria china organizada por Messe Berlín tuvo lugar entre los pasados 22 y 22 de abril en la ciudad china de Shenzhen, con unos 120 expositores y vocación de liderazgo en los próximos años, según sus impulsores.

Shenzhen es una ciudad del sur de China, fronteriza con Hong Kong que concentra una parte importante de la industria manufacturera de la electrónica de consumo. Una ciudad que hace un par de décadas apenas contaba con 300.000 habitantes y que hoy, con más de 10 millones de personas, posee un skyline que rivaliza con el de la cercana ex colonia británica.

En Shenzhen todo parece estar hecho a lo grande: rascacielos, avenidas, parques, aeropuerto... también su impresionante recinto ferial. Por todo esto, los organizadores de la feria IFA, la Messe Berlín, han decidido iniciar aquí la aventura de CE China, la réplica asiática del mayor salón de electrónica de consumo del mundo, que está llamada a convertirse en una de las principales ferias del sector. Porque aunque su primera edición el salón contó con apenas un pabellón de algo menos de 10.000 metros cuadrados y 120 expositores, el objetivo de sus organizadores es, con el tiempo, situar a este recién nacido salón de electrónica de consumo de China entre los principales del continente.

Para ello cuenta con partners importantes del sector en el país asiático como el operador online Alibaba y la cadena de tiendas de telefonía y electrónica Suning, además de expositores como el operador de retail chino Gome. A nivel internacional destaca especialmente el espacio ocupado por las marcas alemanas Siemens y Bosch, sin duda con los stands más grandes de la feria, así como de otras marcas de PAE europeas como Jura, Severin o Melita, que confían en la nueva feria como trampolín para expandir sus ventas en el país chino y en el continente asiático. Y es que se espera que Asia concentre el grueso del mercado tecnológico mundial en los próximos años. En la feria también estuvo presente Amazon.

Según datos de GfK, China concentrará en 2030 el mayor porcentaje de la clase media a nivel mundial, lo que supone un enorme potencial de crecimiento para los fabricantes europeos. En el recién estrenado salón, además de los expositores mencionados, se dieron cita otros fabricantes OEMs de electrónica de consumo, PAE, telefonía y accesorios de la zona, y se echaron de menos operadores de peso en el mercado chino como Haier, Huawei, ZTE o TCL, por citar algunos ejemplos.

Eurocucina: belleza, eficiencia, inteligencia

Destacaron
las cocinas
conectadas, semi-
profesionales,
energéticamente
eficientes y con di-
seño espectacular



Con 122 expositores, de los que 28 fueron internacionales, en una superficie de 22.000 metros cuadrados en los pabellones 9-11 y 13-15 del recinto ferial (a los que hay que añadir el salón FTK-Technology For the Kitchen, con 39 expositores, 23 de ellos extranjeros, en 11.000 metros cuadrados), la 21ª edición de Eurocucina (12-17 de abril en Milán), destacó por una sofisticación que alcanzaba niveles de lujo, lo que demuestra el alto nivel de tecnología que se da entre los actuales fabricantes, y la importancia, cada vez mayor, que la sociedad concede a la excelencia de esos aparatos cuya función es facilitarnos el día a día doméstico: electrodomésticos de calidad suprema para un usuario cada vez más exigente.

Electrodomésticos para vivir las cocinas

Las grandes marcas, todas ellas presentes en esta destacada bienal del mundo de la cocina, mostraron unos electrodomésticos que verdaderamente impactaron por su diseño. Pero, además, la mayoría de ellos significaban una apuesta clara por novedosas formas de cocinar, más

sencillas, variadas, creativas, sanas y gastronómicas, de modo que poco tenían que envidiar a los electrodomésticos profesionales de los más reputados restaurantes. Casi todas las firmas lanzaron productos conectados, una tendencia que progresa a toda velocidad y que permitirá en el futuro cocinar y llenar el frigorífico a distancia y con poco más de una par de toques en el teclado del smartphone; al igual que la eficiencia energética, que cada vez avanza más para que el consumo retroceda y el planeta y nuestros bolsillos se beneficien.

Eurocucina fue también el escenario de grandes negocios, en un contexto en que la demanda de cocinas crece y grandes contratos residenciales y hoteleros están siendo desarrollados en EE.UU., Reino Unido, China y algunas partes de Oriente Medio. Unos negocios que, sin duda, se realizarán más fluidamente gracias al alto nivel de los productos expuestos en la feria, de los que dan fe las páginas siguientes.



1

3



2



1 Bosch. Destacaron en el stand de Bosch de Eurocucina los frigoríficos con cajones VitaFresh, que mantienen la frutas, verduras, carnes y pescados frescos hasta el triple de tiempo, permitiendo ahorrar en la factura de la compra. También suponen un gran ahorro los lavavajillas con Zeolitas, un mineral capaz de absorber humedad y que garantizan un completo secado para la vajilla, incluso la más delicada. www.bosch-home.es

2 Siemens. Las placas flexInducción Plus representan un concepto innovador que reinventa la forma de cocinar y aporta una mayor flexibilidad, adaptándose a recipientes de cualquier forma y tamaño. Un display TFT a todo color con sugerencias de recetas permite sacarle el mayor partido a la placa y al tiempo en la cocina. Fue uno de los muchos productos que la firma presentó en Eurocucina 2016. www.siemens-home.es

3 Electrolux. Con sus tres gamas -Grand Cuisine, Gourmet e Inspiration-, Electrolux presentó en la bienal milanesa una oferta variada para que los consumidores consigan la mejor experiencia en la cocina: por ejemplo, productos para la iniciación al vapor, como el horno Multifunción con función PlusSteam para los entusiastas de la repostería casera, o el horno CombiSteam Pro Smart con conectividad (en la imagen). www.electrolux.es



4

5



6



7

4 Candy mostró en Eurocucina soluciones inteligentes en términos de espacio, flexibilidad, capacidad de carga y eficiencia energética en los nuevos lavavajillas Evospace, con una capacidad de 16 cubiertos. El exclusivo sistema de bandejas flexibles permite lavar perfectamente menaje de gran tamaño. www.candy.es

5 Hoover. Wizard es la colección exclusiva de aparatos conectados, controlados y gestionados fácilmente desde un dispositivo móvil a través de una aplicación dedicada. Estos productos son la síntesis de la tecnología aplicada al mundo de los aparatos domésticos. www.hoover.es

6 Liebherr. Excelentes materiales, mucho espacio de almacenaje, detalles cuidados, practicidad y la precisión del sistema ElectronicTouch caracterizan a los nuevos equipos de refrigeración BluPerformance, vistos en Eurocucina, todos con eficiencia energética A+++ o A+++ /-20%. www.frigicoll.com

7 Miele. Las nuevas placas TempControl disponen de sensores de control de temperatura que, en función de las características y temperatura de la sartén, regulan el calor para que los alimentos no excedan su punto de cocción ni se quemen. Todos sus modelos tienen la función inteligente Con@ctivity 2.0, que conecta la placa con la campana y ajusta automáticamente la potencia de la extracción a lo que se está cocinando. www.miele.com



8

9



10

8 Smeg. Ha patentado y fabricado la nueva gama de lavavajillas Planetarium. Constituido por un brazo con el eje asimétrico, el Planetario describe trayectorias elípticas con respecto a la parte central: la doble rotación, junto con el posicionamiento y la orientación de las boquillas de salida de agua, aseguran una limpieza total. Al final del ciclo, el sistema de apertura automática Enersave garantiza un secado perfecto y reduce el consumo de energía. Con una capacidad de carga de hasta 11 kg, la hoja de la puerta puede ser forrada con diversos materiales, tales como vidrio y piedra. www.smeg.es

9 Grundig. Entre los lanzamientos más destacados de la firma que se han presentado durante el evento, se encuentra la nueva gama de encastre, concebida para revolucionar las cocinas abiertas al salón. Electrodomésticos silenciosos, de uso intuitivo, con la última tecnología y con un elegante diseño integran esta línea built-in que, además, cuenta con un funcionamiento altamente eficiente y ecológico. www.mygrundig.es

10 Whirlpool. El Grupo Whirlpool presentó en EuroCucina 2016 las novedades de producto y diseño de sus marcas KitchenAid, Whirlpool, Hotpoint e Indesit, en un stand de unos 1.700 m². De la marca Whirlpool destacó la cocina interactiva del futuro, que resultó premiada el pasado enero en el salón CES y simula las opciones de una cocina conectada. De KitchenAid se mostraron sus nuevas encimeras de acero inoxidable, totalmente personalizables en forma, tamaño y productos, con placas, campanas de ventilación y fregaderos. Pueden incluir bandejas de inducción profunda, un sistema innovador que ofrece cinco funciones de cocción diferentes (al vapor, hervir, cocinar a baja temperatura, fritura y asado) y otras funcionalidades. www.whirlpool.es

2016 Junio**16-05/26-06 Casa Decor Madrid**

Feria del hábitat

Madrid (España)www.casadecor.es**30-05/01-06 ISH China & CIHE**

Feria de saneamiento, calefacción y aire acondicionado

Beijing (China)ishc-cihe.hk.messefrankfurt.com**31-05/01-06 DECT & CAT-iq World**

Conferencias sobre telefonía DECT

Barcelona (España)www.dectconference.com**31-05/04-06 Computex**

Feria internacional de la informática

Taipei (Taiwán)www.computextaipei.com.tw**06/09 Elektro**

Feria de equipamiento eléctrico.

Moscú (Rusia)www.elektro-expo.ru/en**07/09 SIL**

Salón internacional de la logística y de la manutención

Barcelona (España)www.silbcn.com**07/09 MELCO**

Club de negocios del sector multimedia

Valencia (España)www.melco2016.com**08/14 DecorAcción**

Feria de decoración

Madrid (España)decoraccion.nuevo-estilo.es**14/16 E3**

Feria internacional de videojuegos

Los Ángeles (California, EE.UU.)www.e3expo.com**15/17 EsClean****Madrid (España)**

Salón profesional de la limpieza y la higiene

www.ifema.es/esclean_012016 Junio**19/21 Saitex****Midrand (Sudáfrica)**

Exposición internacional sudafricana de comercio

10times.com/saitex**21/24 Electrical Energy Storage EEES****Múnich (Alemania)**

Feria internacional del sector de baterías y almacenamiento energético

www.ees-europe.com/en**22/24 Ambiente India****Nueva Delhi (India)**

Feria india de la decoración de interiores y los accesorios para el hogar

www.ambiente-india.in**29-06/01-07 Mobile World Congress Shanghai****Shanghai (China)**

Feria asiática de la tecnología móvil

www.mobileasiaexpo.comJulio**06/08 Ispo Shanghai**

Feria internacional del mercado del deporte

Shanghai (China)www.ispo.com/en**07/09 Expotic**

Feria internacional de tecnología, informática y telecomunicaciones

Lima (Perú)www.expotic.com.pe**14/17 DreamHack**

Feria de gaming

Valencia (España)www.dreamhack.es**18/21 Eletrolar Show**

Feria internacional de electrodomésticos de Brasil

Sao Paulo (Brasil)www.eletrolarshow.com.br

2016 Agosto

17/21 Gamescom

Feria de los juegos interactivos y el entretenimiento

Colonia (Alemania)

www.gamescom-cologne.com

Septiembre

02/07 IFA

Feria internacional de electrónica de consumo y electrodomésticos

Berlín (Alemania)

www.ifa-berlin.de

20/25 Photokina

Feria internacional de fotografía.

Colonia (Alemania)

www.photokina-cologne.com

Nota

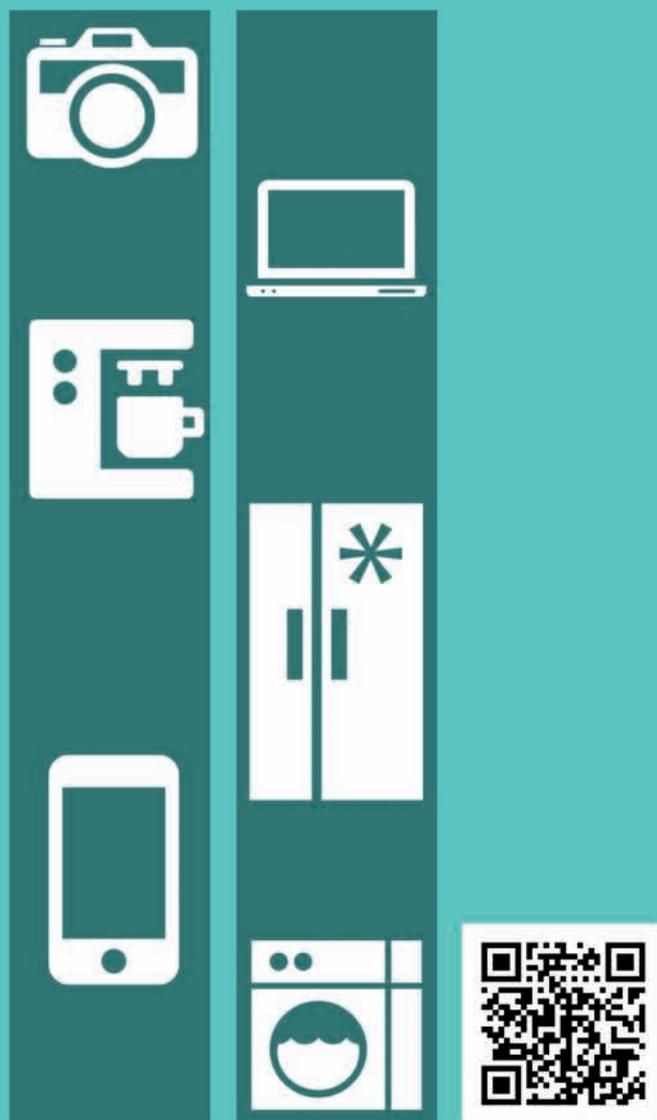
Antes de programar su viaje, confirme la fecha con la entidad organizadora de la feria.

**sonitrón**

Boletín
de suscripción

Subscription form

sonitrón  Calendario



Conéctate

<http://www.sonitron.net/info/suscripcion>

Éxito de Ingram Micro en SICUR 2016

El mayorista tecnológico presentó su División de Physical Security en el pasado salón SICUR, celebrado en Madrid, del 23 al 26 de febrero. De la mano de sus principales fabricantes, como Axis, D-Link, Seagate, See Tec, Synology, TrendNet y ZKTeco, Ingram Micro dio a conocer su nueva unidad de negocio como una solución conjunta, compuesta desde por Cámaras IP hasta Codificadores y Decodificadores, NAS, Software de Grabación, Infraestructuras de Red y Cableado, para ofrecer a cada cliente la solución óptima.

Wearable Expo, el próximo enero en Tokio

Reed Exhibitions Japan Ltd., el mayor organizador de ferias comerciales de Japón, celebrará su tercera Wearable Expo del 18 al 20 de enero de 2017. La exposición será la más especializada del mundo en dispositivos portátiles y tecnología. Tras dos ediciones de gran éxito, se espera que la exposición atraiga a 200 expositores y 98.000 visitantes de todo el mundo. Compañías como Sony y Epson ya han confirmado su participación y los organizadores creen firmemente que la exposición se ha establecido como el eje de este tipo de dispositivos.

Más de 11.300 visitantes en eShow Barcelona

eShow finalizó el pasado 21 de marzo en Barcelona su edición de mayor éxito. 250 ponentes y 141 stands se concentraron en los dos días de feria. Por el mayor evento de negocios digitales del mundo hispano pasaron 11.312 visitantes, 1.100 de ellos europeos y americanos, que escucharon y debatieron en más de 200 ponencias.

El Internet de las Cosas, en CITE 2016

China Information Technology Expo (CITE, Shenzhen, del 8 al 10 de abril), mayor muestra industrial de información electrónica integrada de Asia, puso su punto focal en el Internet de las Cosas (IoT). Por primera vez, se dispuso un área dedicada específicamente a este tema, diseñada para reunir a sensores y chips para aplicaciones industriales y electrónica de consumo, además de aplicaciones electrónicas de automoción, agrícolas y biomédicas. El evento contó con un foro a este respecto, que se centró en los últimos logros técnicos dentro de la industria mundial de los sensores. Entre los expositores encuadrados en el IoT, figuraron Ai Speech China, Tencent, TCL, Hisense, Changhong y LeTV. Los datos demuestran que, en el año 2015, el capital del mercado IoT de China alcanzó los 750.000 millones de dólares estadounidenses, y el centro de investigación y desarrollo IoT del país predice que la tasa de crecimiento compuesto llegará al 30%.

Avance de los contenidos de Simo Educación 2016

Ya se conocen algunos de los temas que marcarán los contenidos del programa de actividades del Salón organizado por IFEMA, que se celebrará del 19 al 21 de octubre de 2016 en el pabellón 12 de Feria de Madrid. Metodologías activas, como el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), el trabajo cooperativo y colaborativo, la Flipped Classroom (clase invertida), o la aplicación de las inteligencias múltiples, y la educación emocional serán algunos de los temas que marcarán el contenido de esta edición. Además se darán a conocer experiencias de Comunidades de Aprendizaje, el uso de herramientas de gamificación y dispositivos móviles, el aprendizaje de robótica y programación, la tecnología 3D en el aula y la ciberseguridad.

Cifras finales de Ambiente 2016

Ambiente, la feria de referencia internacional del sector de los bienes de consumo, finalizó con un aumento en el número de visitantes y una mayor internacionalidad por parte de expositores y visitantes. En total fueron 137.000 compradores de 143 países (en 2015 fueron 134.600 visitantes) los que visitaron la feria el pasado mes de febrero en Frankfurt. 4.387 expositores de 96 países (2015: 4.814 expositores) presentaron sus novedades y tendencias en los 27 niveles de pabellones de la feria de referencia internacional.

Campus Party 2016

Campus Party, el mayor festival tecnológico del mundo, se celebró en los Países Bajos del 26 al 29 de mayo, concretamente en Jaarbeurs (Utrecht). Por los pasillos del recinto ferial desfilaron estudiantes, talentos tecnológicos, jóvenes profesionales, innovadores y start-ups, para experimentar innovaciones como realidad virtual, drones, impresión 3D, robótica y entretenimiento digital. Más de 5.000 participantes y varios miles de visitantes vieron, experimentaron e incluso trataron de mejorar lo que nos deparará el futuro de la tecnología.



DESCUBRA LOS NUEVOS ELECTRODOMÉSTICOS NEVIR



nevir

SOGO®

Human Technology

Este Verano, cuídate a lo grande con las
Licadoras Lentas
SOGO®

2 en 1
LICUADORA
&
EXPRIMIDOR



2 en 1 Licuadora
lenta con Exprimidor
de Zumo

Ref. SS-SS-5120



Licuadora Lenta
de Acero Inox

Ref. SS-SS-5110

www.sogo.es