



417
2017

Revista profesional de electrodomésticos,
electrónica de consumo y nuevas tecnologías

sonitron

Los servicios,
caballo de batalla
de las ventas online

Eficiencia energética
en línea blanca y
aspiración

Imagen, color,
inteligencia y
nostalgia, en los
nuevos smartphones

Climatización y
Refrigeración 2017

Cuídate con Bosch.



Bosch te ayuda a conseguir un estilo de vida saludable. Prepara deliciosos batidos, refrescantes zumos, ensaladas variadas y mucho más. ¡El límite lo pone tu imaginación!



INVERTER EXPERT



ASÍ DE SENCILLO...



Black Mirror



Ahora que las series de televisión vuelven a estar de moda, hemos querido fijarnos en la británica “Black Mirror”. En un tono un tanto apocalíptico, la serie incluye capítulos sin más conexión entre sí que las nuevas tecnologías. De hecho, su título hace referencia a lo que supone una pantalla apagada ya sea de un televisor, un ordenador, una tableta o smartphone.

La serie alerta de los peligros que las nuevas tecnologías pueden tener sobre la gente, sobre la sociedad, porque, como todo en la vida, las nuevas tecnologías se pueden usar bien o mal y hay riesgos y efectos nocivos de su uso negativo, de los que nadie está exento.

La adicción a las nuevas tecnologías existe y su efecto destructor es similar al de otras drogas y adicciones. Cada vez, los más jóvenes se inician antes en ellas, por lo que este tipo de consideraciones habría de estar en la mente de todos, no sólo en la de padres y educadores, también en la de los fabricantes, los vendedores y los adultos en general. No puede ser que un dispositivo sustituya las relaciones humanas ni que se dé la paradoja del aislamiento y la incomunicación, precisamente en la era de mayor comunicación de toda la historia de la humanidad.

Somos de la opinión de que los avances tecnológicos son más positivos que negativos. Pero cuidado: de la misma manera que la foto de un paisaje no es ese paisaje, aunque lo evoca, un emoticono nunca podrá sustituir a un abrazo de verdad o a un auténtico apretón de manos. El día que estos conceptos se confundan, la humanidad habrá iniciado un camino equivocado de consecuencias indescriptibles.



10



14



26



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: Javier 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

417

3 Editorial
Black Mirror

6 On / Off

8 Curiosidades

Actualidad

10 Entrevista con Pascual Martí
Pons, de Grupo Eldisser

14 Los servicios, caballo de batalla
de las ventas online

24 Breves



36



42



60

Producto

26 Eficiencia energética en línea blanca y aspiración, nuevo reto para el fabricante

36 Imagen, color, inteligencia y nostalgia: nuevos smartphones y mucho más

Ferias

42 Climatización y Refrigeración

52 CES

58 Melco

60 Mobile World Congress

62 CeBIT

63 Espacio Cocina-SICI

64 Calendario

66 Breves

Las campañas de Balay

A veces no hay que irse muy lejos ni darle muchas vueltas a la cabeza para pensar una buena campaña de publicidad que conecte con el público. Basta, simplemente, hacer las cosas bien... y contarlo. La historia de Jesús, un emprendedor mayor de 40 años al que la crisis obligó a salir a buscar trabajo, y que ha terminado trabajando para el fabricante de electrodomésticos, protagoniza uno de los últimos spots de Balay. Una historial real que emociona, que llega a la gente, y que demuestra que se pueden hacer las cosas de otra manera, pensando también en las personas, porque, al fin y al cabo, personas son las que estamos detrás y hacemos progresar a las empresas.



E-commerce y servicios

Buena parte de los ecommerce no cumple con la atención al cliente que debe ofrecer en su tienda online en el momento de tramitar cualquier gestión en relación a una consulta o un pedido. Así lo indican desde la plataforma "Petclíc", tienda online de productos para animales, al contrastar los servicios, niveles de respuesta y formas de seguimiento que los negocios en línea prestan a sus usuarios. Así, ponen de relieve la importancia de esta carencia por encima de las estrategias de precio agresivas o las técnicas de visibilidad que usan para vender sus productos o servicios. "El precio y la entrega no son los puntos fuertes únicos de un ecommerce", indican desde la plataforma, desde donde resaltan el hecho de que "empatizar con el usuario te da ventaja respecto a la competencia". Pues eso... lo de siempre: que el servicio también cuenta, y mucho.

El precio de la energía

La ola de frío de enero pasado coincidió con la oportuna subida de los precios de la energía eléctrica. Dado que los electrodomésticos son responsables de una parte importante de dicho consumo, la I+D+i de los fabricantes en materia de eficiencia energética es un aspecto que será cada vez más valorado por los usuarios, dados los ahorros económicos cuantificables que ya suponen los modelos más eficientes con respecto a los menos. Independientemente de esto, no es de recibo que un país entero esté sometido al oligopolio de las compañías eléctricas y a sus ansias arbitrarias de lucro. Los suministros de servicios básicos como los de la electricidad han de estar garantizados por las administraciones públicas, y los ciudadanos han de pagar un precio justo por ellos. Especular con el precio de dichos servicios cuando más necesidad hay de los mismos, no es ético, ni los gobiernos pueden permitirlo.

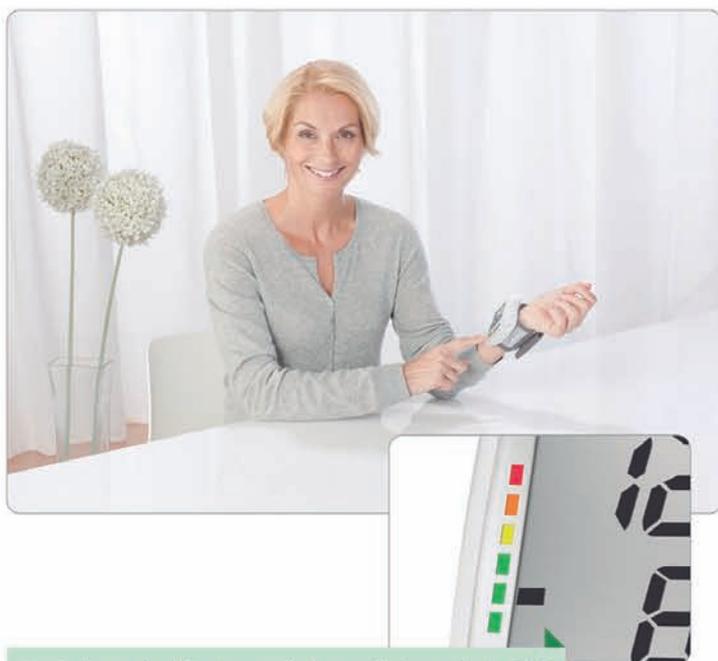


Manguito especialmente grande
que se adapta a todas las muñecas



Controle su tensión arterial y disfrute de una vida saludable

Con el tensiómetro de muñeca BW 315 de Medisana podrá mantener su tensión controlada de la forma más fácil, ya que su uso es prácticamente un juego de niños. Además, los valores medidos se catalogan según una escala de colores (semáforo) con los estándares de la Organización Mundial de la Salud, lo que es de gran ayuda para la interpretación de los resultados de un solo vistazo. Con brazalete y pantalla extra grandes, dispone de 120 espacios de memoria para dos usuarios, permitiendo así llevar un registro y control de las mediciones de forma automática.



Mediciones clasificadas según los estándares de la OMS
utilizando una escala de color de semáforo



Woxter presenta sus Lector DNI Electrónico y Lector DNI Digital COMBO, que permiten realizar numerosas gestiones telemáticas desde casa con la Administración. Ambos productos, además de leer el nuevo DNI electrónico, soportan las tarjetas inteligentes o "smartcards". El segundo dispone de forma adicional de tres ranuras para tarjetas de memoria flash. Woxter Lector DNI Electrónico y Lector DNI Digital COMBO ya están disponibles en cuatro colores distintos (negro, azul, rojo y blanco) al precio de 11,99 y 15,99 euros, respectivamente.

www.woxter.es



El **Ozobot bit** es 'un pequeño robot' diseñado para que los niños descubran una nueva manera de aprender jugando a través de la tecnología. La programación se convierte en un juego de niños con diferentes aventuras, entretenimientos y códigos mientras desarrollan sus capacidades técnicas y creativas. Se trata de uno de los androides programables más pequeños del mundo. Mide poco más de 2,5 centímetros de altura y diámetro y es una poderosa herramienta de aprendizaje que enseña a los niños los fundamentos de la codificación y la programación a partir de la diversión y la creación de formas interactivas que se asemeja a la inteligencia artificial. Tiene un precio de 63,99 euros. www.kpsport.com



Electrolux escogió el proyecto WatchYourself como ganador de la última edición de su concurso Electrolux Ideas Lab, fallado a finales de 2016. El galardón se lo llevó la idea que más inspira para comer de una forma saludable y sostenible. El concepto se basa en una pulsera que escanea los alimentos en los lineales de los supermercados y muestra ideas de recetas al instante.

www.electroluxideaslab.com



Giesecke & Devrient (G&D) y Robbiot han desarrollado un sistema de seguridad basado en wearables, para facilitar el salvamento y mejorar la protección y las condiciones laborales de los trabajadores de la industria minera. El wearable integra una serie de sensores para monitorizar en tiempo real los datos sobre todo lo que ocurre bajo tierra, como pueden ser niveles de radiación, ruido o la posición exacta del minero. Toda esta información se transmite al centro de control, seguridad y prevención de la compañía minera de manera segura, a través de tecnologías de claves y encriptación, para evitar su interceptación o robo. Este nuevo ecosistema tecnológico para salvamento y protección de los mineros se basa en redes inalámbricas que funcionan bajo el estándar LoRa, de bajo consumo y largo alcance. Estas redes pueden conectar sensores de bajo coste y bajo consumo, alimentados por baterías, a más de 16 km de distancia, tanto en superficie como en el subsuelo.

www.gi-de.com



Zepp presenta Zepp Play Football, la última tendencia en sensores para facilitar a los futbolistas de cualquier categoría entrenar como los mejores del mundo. Zepp Football es un sensor para medición de juego que analiza los datos y estadísticas de sprints, lanzamientos, el total de tiempo de juego, etc... Además, también ofrece una tecnología de clip automático para capturar las jugadas más destacadas en vídeos de 10 segundos. El resultado final es un informe detallado de la actividad del jugador durante el partido.

www.zepp.com (Foto 6)



HUE, fabricante británico de tecnología para el sector educativo, trae a España su visualizador: HUE HD Pro. Ligero, portátil y flexible, HUE HD Pro permite capturar imágenes, fijas y en movimiento, para mostrarlas, enviarlas por correo electrónico y hasta subirlas a YouTube, así como hacer anotaciones en ellas y almacenarlas en diferentes formatos. También posibilita la captura de instantáneas individuales o múltiples a través del tiempo. A esto se suma poder utilizarlo como microscopio, ya que, gracias al anillo manual que integra en su cabezal, es posible acercar el objeto enfocado hasta 10x aumentos y, después, proyectar las imágenes en una pantalla grande.

Se conecta al ordenador a través de USB y, gracias a su capacidad plug and play, comienza a funcionar al instante. Su flexibilidad permite colocar la cámara en cualquier ángulo e incorpora, además, micrófono e iluminación. HUE HD Pro ofrece la posibilidad de desconectar su cuello para poder usarlo sin la base, conectándolo directamente a la ranura USB del ordenador. Su PVP son 75,95 euros (IVA incluido).

<https://huehd.com>

La nueva etapa del Grupo Eldisser

Entrevista con Pascual Martí Pons, principal responsable del Grupo Eldisser

Nuevas oficinas del Grupo Eldisser en Paterna.



Grupo Eldisser es noticia en el sector electro. No sólo por la reciente inauguración de sus nuevas instalaciones de Paterna (Valencia), que incluyen un importante centro logístico, sino también por su nueva estrategia que busca evolucionar su modelo de negocio, y que pasa por la constitución de un nuevo grupo de compras. De esta nueva etapa hablamos con su principal responsable, Pascual Martí Pons.

¿En qué situación está ahora la creación del nuevo grupo de compras conjunto del Grupo Eldisser con HGM? ¿Tiene nombre ya? ¿De qué volumen anual de compras conjunto estaríamos hablando?

El nuevo grupo de compras, cuyo nombre es Óptimus, está ya listo y en funcionamiento, a pleno rendimiento.

Ahora mismo nos encontramos en fase de negociación con los diferentes proveedores para cerrar los protocolos de este año 2017. En cuanto a volumen de compras, estamos hablando de 250 millones de euros, aproximadamente.

¿Por qué nace el nuevo grupo y cuáles son su planteamiento y objetivos?

El grupo nace de la necesidad de mejorar el actual modelo de negociación que teníamos en SEGESA, incorporando diferentes aspectos que mejoren las condiciones de compra y con procesos específicos que esperamos acaben redundando en una mejora de condiciones general para nuestros asociados, tanto en margen como en producto.



Anunciado en TV

Resultados perfectos en 58 minutos

Miele, calidad para lo que realmente te importa

En la vida, cada minuto cuenta. Por suerte, los nuevos lavavajillas G6000 EcoFlex de Miele te ayudan a aprovechar tu tiempo al máximo: gracias al innovador programa QuickPowerWash y al detergente en pastillas UltraTabs Multi de Miele, conseguirás resultados de lavado y secado perfectos en tan solo 58 minutos.



UN AÑO DE
DETERGENTE
GRATIS*



* Por la compra de un lavavajillas G 6000 EcoFlex de Miele entre el 15.01.2017 y el 30.08.2017, te regalamos detergente para un año (=300 pastillas Miele UltraTabs Multi).



¿La creación del nuevo grupo implicará conseguir mejores condiciones de las que tenía SE-GESA? ¿El grupo está abierto a futuras incorporaciones?

Esperamos que sí. El cambio que hemos hecho es, por supuesto, para intentar mejorar en todas las facetas del trabajo con los proveedores, tanto a nivel protocolos como en comunicación y gestión de referencias.

En cuanto a la incorporación de nuevos socios, será algo que debatiremos HGM y nosotros a lo largo del año. Pues no vamos a tener en cuenta únicamente la facturación, sino que las posibles incorporaciones, si las hay, deberán tener modelos o formatos compatibles con los nuestros, y que se adapten bien a la nueva forma de trabajar con los proveedores que estamos desarrollando.

Centrados en Eldisser, ¿con cuantas tiendas propias y asociadas cuenta, y dónde están ubicadas a nivel geográfico?

En Eldisser actualmente disponemos de ocho tiendas propias con la enseña "Pascual Martí" y 295 asociadas "Mi Electro". Las propias están distribuidas entre Valencia y Castellón, mientras que las asociadas se encuentran diseminadas entre las diferentes áreas geográficas en las que trabajamos: Comunidad Valenciana, Cataluña, Aragón, Castilla - La Mancha, Madrid, Ávila, Jaén, Murcia y Almería.

¿Qué objetivos de expansión se plantean a corto y medio plazo?

Nuestro plan de expansión pasa, en primer lugar, por consolidar las zonas geográficas en las que ya trabajamos, ampliando nuestra red de asociados y mejorando conti-

nuamente las condiciones para los actuales. Posteriormente, comenzaremos a introducirnos en nuevas áreas.

¿Qué papel juega en esa expansión su nuevo centro logístico de Paterna? ¿Qué capacidad y potencial ofrecen las nuevas instalaciones?

Nuestro nuevo centro logístico es el mayor del sector, con 33.000 m² de superficie, de los cuales 24.000 son de almacenamiento y 2.000 de oficinas, y ha supuesto una inversión de más de 13 millones de euros de nuestros fondos propios. Cuenta con 27 muelles de carga que, junto con la ampliación de la capacidad de stock, nos va a permitir realizar una ampliación geográfica y consolidar los envíos en 24 horas a la gran mayoría de nuestros asociados.

Lo que vamos a conseguir con él no sólo es mayor capacidad para almacenar, sino también mejorar todos los procesos de trabajo, envíos, cargas y demás, para optimizar al máximo nuestro potencial, y que éste se traslade en mejoras para nuestros clientes. Además, la ampliación de oficinas mejora las condiciones de trabajo y nos permite asaltar nuevos proyectos en diferentes ámbitos.

¿A qué obedece el lanzamiento de la nueva enseña "Mi Electro"? ¿Habrán de rotularse con esta enseña todas las tiendas de los asociados?

Nosotros no vemos la adopción de la enseña "Mi Electro" como un cambio, sino como una mejora sobre el resto de marcas del sector, ya sean Redder o Milar, Tien 21, Expert, Euronics, Activa, etc.

Lo que vamos a hacer con esta nueva marca es cambiar el concepto de tienda de electrodomésticos tradicional que tiene el consumidor, modernizando las tiendas,

Vista interior del nuevo almacén logístico.



adaptando nuevas estrategias de trabajo e introduciendo a la tienda tradicional en el ámbito online, con un modelo compatible y sostenible.

En definitiva, “Mi Electro” es un “upgrade” sobre el resto de marcas del sector. Es asumir que el mercado ha cambiado, y que hay que evolucionar en todas las áreas y convertirse en un modelo totalmente omnicanal.

Respecto a la segunda cuestión, todas las tiendas asociadas tienen que cambiar. El coste, como siempre, se asume desde la central para que no repercuta en el asociado.

¿Qué puede ofrecer Grupo Eldisser a sus tiendas asociadas que no ofrezcan en estos momentos otros grupos de compra?

Eldisser ofrece, además de todo lo que ofrecen el resto de plataformas, muchas otras ventajas añadidas: nuestros asociados no tienen que comprar acciones, ni pagar cuotas o cánones; no pagan por la publicidad, pues tanto la rotulación de las tiendas, como los folletos y el PLV son totalmente gratuitos. Nuestros asociados no tienen costes innecesarios, pero sí tienen transporte 24 horas en la mayoría de zonas, las mejores tarifas del mercado, condiciones especiales por volumen o la mayor cantidad de stock del sector.

¿Cómo se plantea Eldisser el negocio de la venta online?

El modelo que hemos desarrollado es un enfoque totalmente diferente al que han tomado el resto de plataformas. Nuestro proyecto está basado en unir al cliente final con la tienda de una forma eficaz, llevando al mercado los puntos fuertes de las tiendas de electrodomésticos, mientras garantizamos un buen retorno para el asociado.

¿Con qué resultados han cerrado el ejercicio 2016 y qué previsiones tienen de cara a 2017?

Cerramos el año 2016 con algo más de 153 millones de euros más IVA de facturación, sin contar las ventas de nuestros asociados, facturación neta. Para el año 2017 nuestro objetivo es mejorar en todos los ámbitos y si eso se refleja en la facturación, mejor que mejor.

La distribución electro horizontal es una de las que más ha sufrido con la crisis. ¿Cuál es a su juicio la receta para seguir plantando cara a competidores como las grandes cadenas verticlistas y al fenómeno del e-commerce?

La receta es un compendio de lo que llevamos haciendo en Eldisser desde nuestros inicios, reduciendo costes y mejorando márgenes para la tienda, junto con un modelo



online que maximice las ventajas de la tienda de electrodomésticos, que son muchas, y las hagan competitivas contra cualquier operador online, grande o pequeño.

¿Cree que sobran tiendas electro en España?

No creo que sobren tiendas por el sólo hecho de que haya muchas, pero sí creo que van a desaparecer aquellas que no afronten el futuro de forma convencida, inviertan en su negocio y apuesten por el sector como lo hacemos nosotros. Estamos en un momento en el que se puede aplicar perfectamente la máxima aquella de “renovarse o morir”. Por nuestra parte, la práctica totalidad de nuestros asociados ha conseguido sobrevivir a la crisis y estamos convencidos de que lo harán en el futuro.

Qué le pediría a los fabricantes? ¿Qué puede aportarles Eldisser en su nueva etapa y con el nuevo grupo? ¿Y a los clientes/usuarios finales?

Pues a los fabricantes ya les estamos pidiendo que entiendan la deriva del sector y apuesten por nuestro modelo, novedoso, de volcarse en el sector. Y necesitamos que vean el potencial de negocio de la tienda tradicional, la protejan, la cuiden y nos den herramientas para hacerlo.

Por nuestra parte, ofrecemos apuesta decidida, garantía máxima al ser la plataforma con más recursos propios del sector y con un cambio generacional consolidado que nos permitirá estar muchos años aquí. Además, nuestro modelo de ahorro de costes garantiza que la mayor parte de la inversión de los fabricantes va a parar a la tienda, no como en la mayoría de plataformas, por lo que somos un modelo más interesante que los demás para invertir.

Respecto al consumidor final, esperamos que sea un consumidor más inteligente y que sepa valorar la sostenibilidad del modelo tradicional frente a las grandes multinacionales o los “pure player” online, pero para eso hay que hacérselo entender, enseñándole cuál es nuestro potencial y nuestras ventajas.

Los servicios, caballo de batalla de las ventas online

En 2015, el porcentaje de incidencias de los españoles en sus compras online alcanzó cerca del 15%



Según la edición 2016 del informe sobre comercio electrónico del ONTSI (Observatorio Nacional de las telecomunicaciones y de la SI), el comercio electrónico en España alcanzó el año 2015 los 20.745 millones de euros, lo que supone un incremento anual con respecto a 2014 del 27,5%.

Ante estas cifras de crecimiento continuado (desde 2007, cuando se generaron 5.911 millones de euros, no ha parado de crecer cada año) el ecommerce se muestra imparable. El año pasado se contabilizaron en España unos 31,7 millones de internautas de los que 20,4 millones eran compradores online, con un gasto anual medio de 1.016 euros, un mercado nada despreciable.

Los "peros" del ecommerce

Sin embargo, no todo son luces en este despegue meteórico de las ventas online en nuestro país.

Según el mencionado estudio, en 2015, del total de internautas compradores, un 14,8% reconoció haber tenido problemas en sus compras por Internet. La cifra supera ligeramente al 12,6% del año 2014.

Entre los motivos causantes de dichos problemas, el principal, señalado por el 41,3% de los afectados, fue el de la recepción de producto estropeado, seguido de los retra-

El porcentaje de **devoluciones** sobre el total de compras online realizadas en 2015 en España alcanzó el **16,6%**

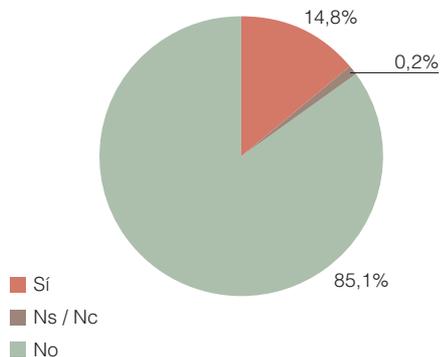
tos en la entrega (33,6%), de la no llegada del producto (30,2%), y de problemas para la devolución del producto (15,3%). En menor medida (4,6%), los problemas se generaron con los medios de pago. Precisamente en todos los casos, salvo en el último, los servicios logísticos estuvieron implicados, por lo que se trata de un tema importante para la satisfacción de los clientes y para su fidelización.

Del total de compradores online con problemas en 2015, el 77,4% presentó reclamación. La mayoría (93%) ante el servicio de atención al cliente; un 3,9%, ante el servicio gestor del código de confianza online y un 3,3%, ante algún organismo de la Administración Pública.

Del total de compras realizadas en 2015 se devolvieron un 16,6% (un 14% en 2014). Por otra parte, el 40,5% de los compradores online durante el ejercicio 2015 dijo haber valorado la adhesión de las tiendas a los sellos de calidad o los códigos de confianza.

¿Ha tenido alguna vez problemas en las compras realizadas por Internet en el año 2015?

Fuente: Panel Hogares, ONTSI



Estos datos expuestos ponen de manifiesto que Internet ya no sólo es precio, y que un valor diferencial de las tiendas online viene precisamente de la mano de los servicios.

La atención al cliente

En esta línea, según un estudio realizado por la plataforma de venta online de productos para mascotas, Petclíc, posicionamiento, condiciones de entrega, precio, gama de productos o formas de pago son los principales aspectos con los que compiten las tiendas online hoy, en un mercado en el que cada vez hay plataformas de venta más potentes a nivel de infraestructura y logística, pero que no cumplen con las exigencias del usuario a nivel de atención al cliente.

Y es que, según Petclíc, muchos ecommerce no cumplen con la atención al cliente que deben ofrecer en sus tiendas online, en el momento de tramitar cualquier gestión en relación a una consulta o un pedido. Tras contrastar los servicios, niveles de respuesta y formas de seguimiento que los negocios en línea prestan a sus usuarios, desde la mencionada plataforma de venta online de productos para animales, ponen de relieve la importancia de esta carencia por encima de las estrategias de precio agresivas o las técnicas de visibilidad que usan para vender sus productos o servicios.

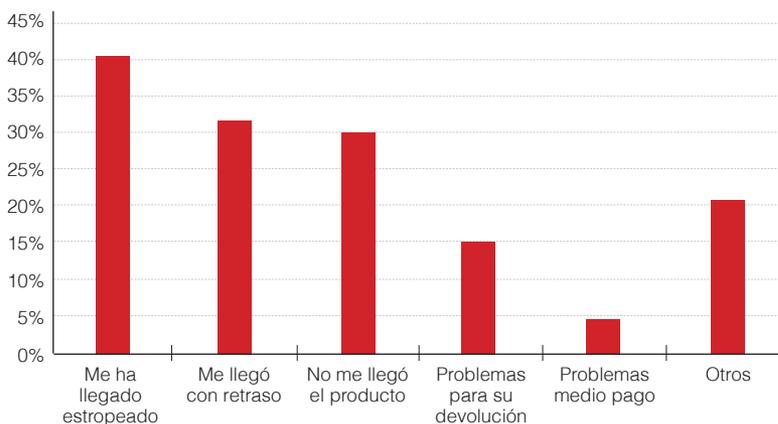
“El precio y la entrega no son los puntos fuertes únicos de un ecommerce”, indican desde la plataforma, desde donde resaltan el hecho de que “empatizar con el usuario te da ventaja respecto a la competencia”.

Por ello, Petclíc aconseja aplicar los siguientes puntos diferenciales que benefician y diferencian la operativa de un negocio en internet:

- Trato cercano como el de las tiendas físicas de toda la

¿Qué tipo de problemas ha tenido en las compras realizadas por Internet?

Fuente: Panel Hogares, ONTSI



vida. Para ello es necesario recuperar la misma atención para que el usuario sienta que está adquiriendo un producto o servicio igual que si lo hiciera a pie de calle, con dedicación para aconsejarles y solventar las dudas que le puedan surgir.

- Empatizar con el usuario y lograr así su confianza durante el proceso de compra.
- Seguimiento: la proactividad es la clave, también la espontaneidad. No se trata sólo de atender al usuario durante el proceso de compra, sino que tras él es necesario mantener el contacto con la persona para asegurarse que tanto el envío como el producto se corresponde a lo solicitado.
- Información y consejos: es imprescindible ofrecer una información exhaustiva sobre el producto y el proceso de compra en cada etapa, es decir, disponer del máximo de especificaciones y ventajas de uso. Pero, por encima de lo anterior, disponer de un equipo experto que conozca de forma amplia el producto.

El perfil del consumidor que devuelve

La devolución de las compras es una realidad que, además de por obligación, los comerciantes pueden ejercer como un valor añadido y diferencial de cara a los clientes.

De hecho, aunque la ley establece la devolución del producto comprado y a obtener un reembolso del dinero en los 14 días siguientes a la recepción del mismo, muchos comercios dan hasta 30 días de margen para ello y hay quien incluso llega a los 100. Esta situación, sin embargo, entraña riesgos porque, aunque la mayoría de usuarios hace un uso correcto de esta medida, puede haber compradores que, como en todo, se aprovechen de esta medida.

Según Jordi Vives, Country Manager del sello de calidad Trusted Shops, existen tres estereotipos de compradores que “devuelven demasiado” y de los que todo eCommerce intenta huir:

- El comprador guardarropa. “¿Para qué comprar ropa si se puede pedir prestada? Ropa o cualquier otro objeto. Pongamos el ejemplo de un electrodoméstico. Se acerca un acontecimiento deportivo importante como el Mundial de fútbol y la televisión es demasiado pequeña, ¿qué hace este tipo de comprador? Adquiere una televisión nueva, la utiliza para ver la competición, y cuando termina, la devuelve y recupera el dinero invertido”. El tipo de comprador guardarropa ve a los comerciantes online como máquinas dispensadoras de artículos que no agotarán nunca sus existencias. Esta práctica, en teoría no está permitida, pero generalmente, resulta difícil de demostrar.

el COMPRADOR guardarropa

¿Para qué comprar ropa si se puede pedir prestada? Ropa o electrodomésticos... Por ejemplo, si se acerca un acontecimiento deportivo importante como el Mundial y la televisión es demasiado pequeña, ¡rápido!, se compra uno nuevo y después, se devuelve.

El tipo de comprador guardarropa ve a los comerciantes online como dispensadores de artículos sin fin. Desde luego, es algo que no está permitido, pero generalmente, resulta difícil de demostrar.

- El comprador compulsivo. Comprar a crédito es muy cómodo para el cliente y puede dar pie a que muchos compren más de lo que su bolsillo realmente puede permitirse. La barrera psicológica que inhibe a la hora de hacer las devoluciones es mucho menor que en las tiendas físicas, ya que en el eCommerce no hay que justificarse ante ningún dependiente cuando se devuelven docenas de artículos a la vez.

el comprador compulsivo

Comprar a crédito es cómodo para el cliente y da pie a que muchos compren más de lo que su bolsillo realmente puede permitirse.

La barrera psicológica que inhibe es menor que en las tiendas físicas, ya que en el eCommerce no hay que justificarse ante ningún dependiente cuando se devuelven docenas de artículos a la vez.

- El comprador exigente. En este grupo englobamos a los usuarios que, si se compran una blusa, piden en la web como mínimo, cuatro tallas diferentes, o compran el mismo modelo de zapatos en tres colores distintos y, añaden al carrito, además, 20 accesorios. Este tipo de cliente, utiliza su propio piso como si fuera el probador de una tienda física. Compra lo mismo en varias tallas y colores para probarse y después cambiarlo. Esta práctica, aunque es perfectamente legal, perjudica al comerciante ya que debe desprenderse de muchos artículos que en realidad no van a ser adquiridos por nadie.

el comprador exigente

Este tipo de comprador, si se compra una blusa, se pide como mínimo cuatro tallas diferentes, los mismos zapatos en tres colores diferentes y, además, 20 accesorios.

El cliente indeciso realiza la misma compra que si fuera a probarse a la tienda física, es decir, una gran variedad a la hora de elegir y experimentar la mercancía de forma táctil, y todo esto sin tener que salir de su piso.

¿"No cuesta nada"? No siempre es así

Lo que a veces no tiene ningún coste para el consumidor, lo suele pagar el eCommerce: muchos se hacen cargo de los gastos de envío. Aproximadamente, sólo una cuarta parte de todas las devoluciones pueden venderse de nuevo al mismo precio, y eso sin tener en cuenta el gasto de tiempo y personal.

Lo que a veces es gratis para el consumidor, puede suponer un coste para el comerciante ya que, en muchas ocasiones, se hacen cargo de los gastos de envío. Aproximadamente, se calcula que sólo una cuarta parte de todos los productos que han sido devueltos pueden venderse de nuevo al mismo precio. A eso habría que añadir el gasto de tiempo y de personal.

“Es cierto que la mayoría de estas prácticas son perfectamente legales y es difícil esquivar a este tipo de compradores”, afirma Jordi Vives, Country Manager de Trusted Shops en España. “Como consejo, una buena forma de esquivarlos, podría ser aplicar un descuento en el siguiente pedido a aquellos compradores que hayan conservado todos los artículos sin devolver ninguno después de 5 compras”, concluye Vives.

En las páginas que siguen hemos querido recabar la política de servicios, en primer lugar de operadores líderes de la venta física que están presentes en el negocio online, y, también de vendedores online especializados en electro.

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



www.mediamarkt.es

Media Markt apuesta por una estrategia multicanal, estando presentes tanto en el mundo online como en el offline. En ambos ámbitos, la cadena busca combinar sus precios competitivos con una experiencia de compra única, bajo un entorno y condiciones de máxima facilidad. Nos lo explican fuentes de la empresa.

¿Cuál es la política de devoluciones de su tienda online? En el caso del e-commerce de Media Markt, nuestros clientes tienen la posibilidad de devolver su compra o parte de ella en un período de 14 días desde la recepción del pedido en la dirección indicada por el cliente, o desde la recogida del pedido en la tienda. Los productos deben devolverse en sus embalajes y con sus componentes originales (manuales, accesorios originales o regalos promocionales si los hubiera) junto con la factura o ticket de compra. Este servicio no tiene ningún coste añadido para el cliente.

Existen dos opciones para realizar la devolución:

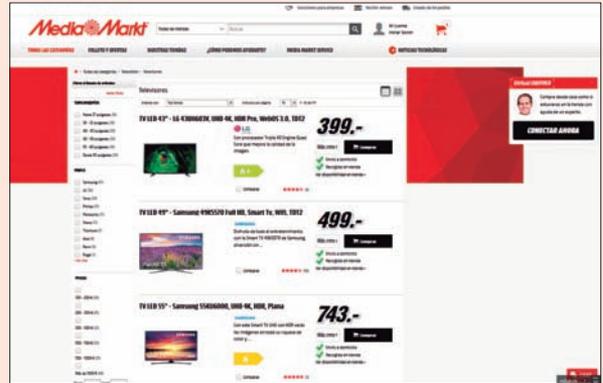
- 1) Desde la web de Media Markt:
 - Solicitar la devolución desde el apartado "Mis pedidos" de la web de Media Markt, haciendo click en el enlace "Solicitar devolución".
 - Un transportista recoge el producto a domicilio y lo lleva a las instalaciones de Media Markt. El producto debe estar debidamente protegido y precintado para que no sufra ningún daño durante el transporte.
- 2) En tienda:
 - El cliente también puede acercarse a cualquier tienda Media Markt, presentando el producto a devolver, la factura y el DNI.

En ambos casos, tras verificar que el producto que se devuelve está en perfecto estado, se procede al reembolso del importe a través del mismo método de pago que utilizó el cliente, que lo recibirá en unos dos días laborables aproximadamente. Si la compra fue abonada con financiación Media Markt o tarjeta de crédito, la devolución será realizada según la fecha de regularización del banco del cliente.

¿Cómo y a través de qué medios se gestiona la logística inversa? Media Markt cuenta con un operador logístico que se encarga de abastecer todas las tiendas de la compañía de una forma ágil y eficiente, mediante almacenes centralizados y entregas directas a las tiendas.

La marca tiene un sistema de venta multicanal basado en un modelo operativo de cross-docking, que garantiza un flujo continuo de productos, ahorrando, de esta forma, costes y proporcionando un transporte rápido.

En Media Markt, nos hemos adaptado a este nuevo contexto donde las tecnologías han transformado la rotación de



productos. Ahora, cualquier persona puede comprar donde y cuando quiera y espera recibir sus compras lo antes posible, por lo que debemos estar preparados para abastecerles lo más rápido que podamos. También es cierto que el avance de la tecnología hace que muchos productos se queden obsoletos con mayor rapidez: lo que hoy es novedad puede estar anticuado dentro de un año. Por lo tanto, no debe haber un aprovisionamiento excesivo de productos, debe buscarse siempre el equilibrio.

¿Cuál es el plazo medio de entrega de sus productos? ¿A través de qué operador/res realiza sus entregas? Los consumidores requieren cada vez mayor inmediatez en sus compras, así como poder adquirir y recibir sus productos dónde y cuándo quieren. El objetivo de Media Markt es facilitar y mejorar la experiencia de compra, por lo que trabaja continuamente para ofrecer nuevas modalidades de entrega a medida de cada cliente.

Actualmente, dispone de las siguientes opciones, que se ampliarán en breve, acortando los tiempos de entrega y facilitando múltiples modalidades de entrega que se adapten a sus necesidades:

- Entrega inmediata en 2 horas: aunque, actualmente, sólo está disponible para aquellos pedidos realizados en tienda, estamos trabajando para que, próximamente, esta modalidad esté también disponible para los pedidos realizados a través de la web.
- Envío Estándar en 24/48 horas (para aquellos productos con un peso menor a 31 kg).
- Envío estándar en 1 a 3 días (para aquellos productos con un peso mayor a 31 kg).

Además, contamos también con otras modalidades innovadoras, pensadas siempre para ofrecer cada vez más opciones de entrega y recogida al cliente:

- Stop&Go, un servicio que permite al cliente recoger con su coche el pedido tras haber realizado la compra online tan sólo dos horas después de haber hecho el pedido en la web. El cliente cuenta con aparcamiento preferente y se evita hacer cola.

- Robot: disponible en la Digital Store de Barcelona, es una apuesta de entrega exprés, que está disponible las 24 horas del día, los 365 días del año. Es decir, el cliente puede recoger la compra aunque la tienda esté cerrada, gracias al código QR que recibe en el comprobante de compra adjunto en el mail de confirmación de pedido.

- Entrega en bicicleta: ante la necesidad de una movilidad urbana más sostenible, Media Markt Fontanella (Barcelona) es el primer establecimiento de la compañía en ofrecer un servicio de entrega en bicicleta, con el que el cliente que haya comprado su producto en la tienda física puede recibirlo en casa en tan sólo 2 horas. Este servicio cubre un radio de tres kilómetros, lo que permite cubrir buena parte del distrito de Ciutat Vella y determinadas zonas del Eixample, Gracia, Diagonal, Villa Olímpica y Poblenou.

¿Qué otro tipo de servicios ofrecen para sus ventas online? (extensión de garantías, financiación, instalación, opción de recogida en tienda física, etc). En Media Markt garantizamos al cliente la misma experiencia y satisfacción de compra independientemente del canal por el que acceda, ya sea a través del propio establecimiento o de la tienda online, pues somos omnicanal.

En nuestra página web, el usuario, podrá encontrar todo aquello que hay en la tienda física: desde la amplia gama de productos hasta todos los servicios a los que puede acceder o contratar. Todo esto está diseñado para ofrecer la experiencia de usuario más satisfactoria. Algunos de los servicios más innovadores que ofrecemos son un servicio personalizado de Chat y el de Virtual Shopper, gracias a los cuales, facilitamos el contacto con el servicio de atención al cliente de la forma que mejor se adapte a las necesidades de cada persona.

Además, para cualquier duda o consulta sobre un pedido, productos o nuestras tiendas, se puede contactar a través del teléfono, Facebook, Twitter o correo electrónico. Otros servicios que ofrecemos a través de nuestra Web y en nuestras tiendas son la extensión de la garantía del fabricante, diferentes opciones de instalaciones y servicios, la tramitación de reparaciones con los fabricantes y, además, los clientes disponen de diferentes métodos de pago y financiación a su medida. No podemos olvidar los servicios de recogida exprés gratuita en 2 horas y de envío a domicilio.

¿Cómo puede diferenciarse una tienda online del resto de competidores? Media Markt apuesta por una estrategia omnicanal, estando presentes tanto

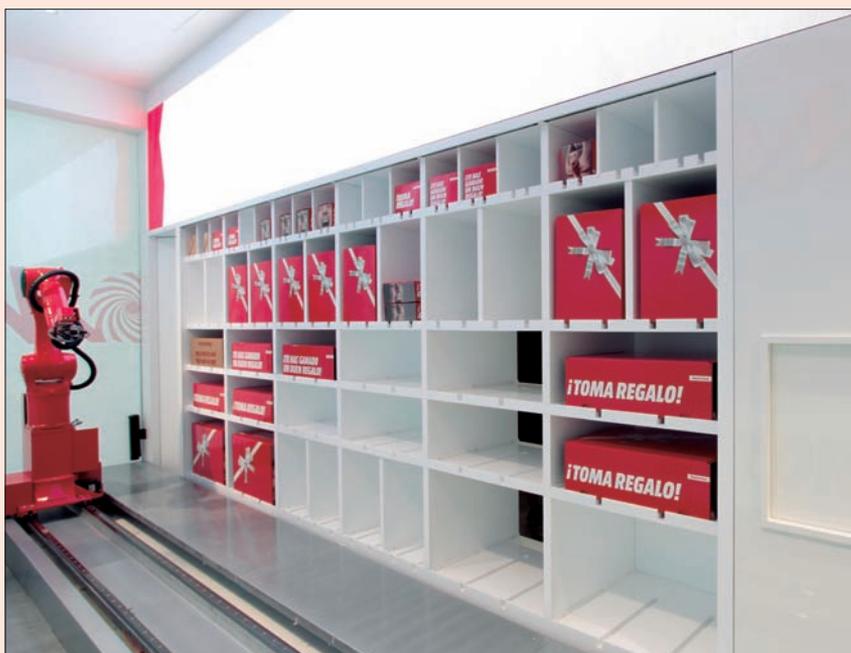
en el mundo on line como en el offline. El futuro pasa por encontrar este equilibrio, entre calidad y precio y por ofrecer servicios de valor añadido al cliente. En este sentido, los players ganadores serán los que ofrezcan una experiencia de compra memorable y una atención al cliente mucho más personalizada en todos los canales.

Conocer el número de visitas diarias a la web, el tipo de tráfico o la duración media de las visitas es crucial para mejorar y ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes, para adaptarnos a sus preferencias y necesidades. Estudiamos la experiencia de compra con el fin de mejorarla y simplificarla cada día. Las mejoras son, en muchas ocasiones, fruto de una escucha activa a nuestros clientes.

¿Poseen algún servicio que sólo ofrezcan ustedes? Las mejoras en el canal online son continuas, porque es un mundo de cambios constantes. Quien no se adapta desaparece.

Algunos de nuestros puntos fuertes son la ampliación de las modalidades de entrega: entre ellos, destaca el servicio de entrega inmediata para que el cliente pueda recibir sus pedidos en casa en un máximo de dos horas; o el servicio de recogida en tienda en dos horas, disponible en cualquiera de los 80 establecimientos de Media Markt, una muestra más de la apuesta de Media Markt por la omnicanalidad y la integración de todos los canales de venta existentes en el mercado.

Cabe destacar también el robot de la Digital Store de Media Markt que, como hemos explicado anteriormente, ofrece un novedoso servicio 24 horas de recogida de compras online y de transacciones realizadas en el propio punto de venta.



www.fnac.es

Responsables de la web de Fnac nos explican su política de servicios.

¿Cuál es la política de devoluciones de su tienda online? Cualquier cliente que haya adquirido un artículo vendido por Fnac.es, y que no esté satisfecho con su compra, dispone de 14 días para devolverlo. El plazo se amplía hasta 30 días para cine, música o libros. Además, asumimos cualquier tipo de incidencia ocurrida en el transporte y que haya podido dañar el artículo.

¿Cómo y a través de qué medios se gestiona la logística inversa? Ponemos a disposición del cliente varias vías para gestionar la logística inversa de los productos vendidos por Fnac.es: cualquiera de nuestras tiendas físicas, la red de puntos de conveniencia o la recogida en el domicilio del cliente.

Este servicio, ¿Supone algún coste añadido para el comprador? El cliente tiene opción de devolver el producto sin ningún coste añadido para él.

¿Qué porcentaje de devoluciones experimentan sus ventas? ¿Esta circunstancia supone algún coste para la empresa? Actualmente tenemos una tasa de devolución del 2%, que supone unos costes para la empresa de transporte y manipulación para reintegrar al stock.

¿Cuáles son los principales motivos de dichas devoluciones? Asumimos que las compras online tienen un porcentaje de retractación mayor que las compras en tiendas físicas. El cliente no ve el producto, no lo toca, no lo prueba. Ese es el principal motivo de devolución en la venta on line, y también en Fnac.es.

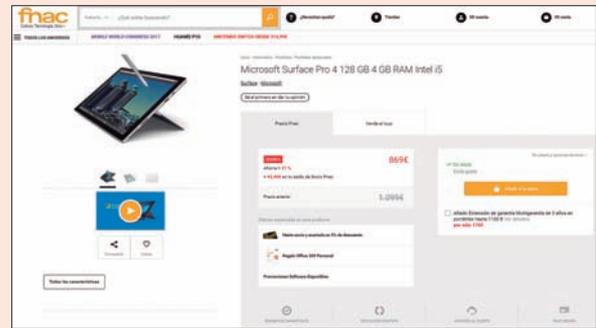
¿Cuál es el plazo medio de entrega de sus productos? ¿A través de qué operador/res realiza sus entregas?

Actualmente, ofrecemos una amplia variedad de servicios de entrega que, entendemos, cubre las necesidades de los clientes. Desde la entrega en dos horas, hasta la entrega en 2-3 días en servicio a domicilio, recogida en cualquiera de nuestras tiendas, envíos a Canarias y envíos Internacionales. Nuestros partners de transporte en estos momentos son ASM, Seur, DHL, Sgel-Celeritas, y Paack. El plazo medio de entrega de nuestros productos es 24 horas.

¿Dispone de servicio de entrega exprés?

Disponemos de entrega inmediata (dos horas) en todas las ciudades donde tenemos tienda (excepto en Pamplona) y de entrega exprés 24 horas en cualquier punto de la Península.

¿Qué otro tipo de servicios ofrecen para sus ventas online? La mayoría de los servicios ofrecidos para las compras realizadas en nuestras tiendas físicas son también aplicables en las



compras realizadas en Fnac.es, excepto en las realizadas a través de Marketplace y los servicios de la Clínica Fnac. Ofrecemos la Multigarantía Fnac, una extensión de garantía para los ordenadores, cámaras, televisores, equipos Hi-Fi y productos multimedia. Con el Seguro de Rotura de Pantalla, cubrimos las roturas accidentales de los tablets, smartphones y demás dispositivos portátiles.

Los socios Fnac pueden disfrutar de una financiación de 10 meses sin intereses en sus compras. Con Fnac Empresas ponemos toda nuestra experiencia su disposición para ayudarlas en la gestión del día a día de su negocio, proporcionando la seguridad que da una marca de prestigio a la hora de realizar compras sin riesgos y con la mayor flexibilidad posible (línea de crédito sin coste, renting desde 500 euros y hasta 60 meses y la posibilidad de elegir entre facturas individuales o unificadas). También ofrecemos la instalación de todo tipo de productos y equipos, almacenamiento y gestión de envíos.

Tenemos una gran oferta de flujos omnicanal, con servicios como Click&Collect, que nos diferencia de operadores Pure Online Players, ya que sólo podemos ofrecerlo compañías con una amplia red de tiendas como la nuestra, distribuidas por prácticamente todo el territorio nacional. Es un servicio gratuito, muy demandado por nuestros clientes. También ClickinStore (el cliente compra en la tienda un producto que físicamente está en otro lugar para recogerlo en la propia tienda o recibirlo en su domicilio) o Reserve&Collect (el cliente reserva online un producto que está disponible en la tienda y puede pasar a recogerlo en una hora).

¿Cómo puede diferenciarse una tienda online del resto de competidores? Fnac fue una de las primeras marcas de nuestro sector en España en vender por Internet. Fnac.es se lanzó el año 2000, así que se podría decir que una parte importante de nuestra estrategia es intentar estar siempre a la vanguardia de la transformación digital y anticipar cuáles van a ser las nuevas tendencias para adaptarnos a ellas sin perder la identidad. Esto se ve claramente en nuestra apuesta por la omnicanalidad: queremos potenciar todas las ventajas de la compra online sin renunciar a lo que nos hace únicos, que es la experiencia de los clientes en nuestras tiendas.

La última aportación en este sentido es la renovación de Fnac.es, una de cuyas novedades es, precisamente, que adapta dicha experiencia en tienda a la compra online, incorporando la prescripción de los vendedores y una amplia información cultural con la agenda de todos los centros Fnac. Es ahora más intuitiva; permite ver la disponibilidad de stock en tiendas en cada producto, la búsqueda es ahora mucho más fácil y presentamos los nuevos métodos de entrega en menos de 24h. También hemos simplificado los procesos de compra y la navegación por la propia página web, que, como no podía ser de otra manera, es totalmente responsive, ya que los consumidores optan cada vez más por la compra multidispositivo.



www.etuyo.com

Hablamos de servicios con Carlos Mestres, fundador y principal responsable de etuyo.

¿Cuál es la política de devoluciones de su tienda online? Lo legal son 14 días naturales y, por supuesto, nosotros lo cumplimos, pero estamos estudiando ampliar este plazo.

¿Cómo y a través de qué medios se gestiona la logística inversa? La gestionamos con Seur, pero si el cliente tiene una compañía que le dé más confianza o comodidad, se puede gestionar también.

¿Qué plazo hay para devoluciones? Este servicio, ¿supone algún coste añadido para el comprador? Una vez el cliente nos comunica que quiere devolver el producto, aunque la Ley no establece un plazo concreto, nosotros damos siete días naturales. Dependiendo de cada circunstancia, nosotros también asumimos parte del coste.

¿Qué porcentaje de devoluciones experimentan sus ventas? ¿Esta circunstancia supone algún coste para la empresa? El rango es inferior al 1%, por lo que el coste está en el mismo porcentaje.

¿Cuáles son los principales motivos de dichas devoluciones? Compra errónea, las medidas no les caben en el espacio asignado y, en alguna ocasión, el cliente esperaba alguna prestación que el producto no ofrecía, aunque no salía en la ficha de producto.

¿Cuál es el plazo medio de entrega de sus productos? ¿A través de qué operador/res realiza sus entregas?

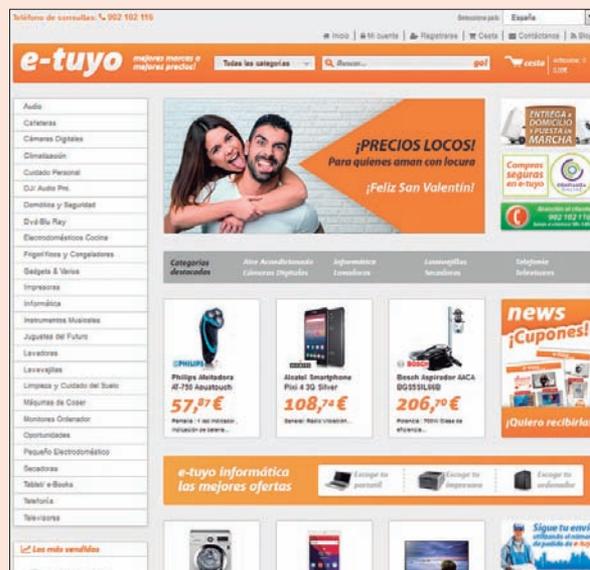
Lo normal son 48/72 horas y las entregas son con Seur.

¿Dispone de servicio de entrega exprés? Indique tiempo
No, ni tenemos pensado ponerlo de momento.

¿Qué otro tipo de servicios ofrecen para sus ventas online? Tenemos la opción de extensión de garantías, financiación, e instalación.

¿Cómo puede diferenciarse una tienda online del resto de competidores? La calidad del servicio, un precio competitivo, y generando confianza.

¿Poseen algún servicio que sólo ofrezcan ustedes? Somos de las webs online de electrodoméstico más antiguas. De hecho, ya son 9 años online, y cada año, con beneficios.



www.lacasadelectrodomestico.com

Tras esta tienda online figura la empresa madrileña Elec. Dom. Shop., S.L., que realiza entrega de sus productos en cualquier punto de la península en un plazo medio de entre dos y cuatro días.

En la firma reconocen que las incidencias de entrega de productos defectuosos se sitúan por debajo del 1%. El plazo para devoluciones son los 14 días establecidos por ley y los costes del reenvío del producto deben correr a cargo del cliente.

Esta tienda online trabaja con las empresas de transporte Seur y Azkar, y el servicio de entrega estándar incluye hasta la puerta del domicilio del comprador.

Existen servicios con otras modalidades de entrega que incluyen la instalación de los electrodomésticos y que se pagan aparte.



www.puntronic.com

La tienda online de CANDELSA ofrece financiación con Cetelem para importes superiores a 150 euros, además de diferentes opciones de entrega de los productos.

Así, permite la recogida en las tiendas Confort, Tien 21 Puntelectronic y ferreterías COFAC de Cataluña, Baleares y Aragón. Esta modalidad supone el ahorro de los gastos de envío y permite la recogida de la mercancía en un periodo máximo de 72 horas. Para el resto de provincias, la firma trabaja con la red de establecimientos de Correos, que hacen las veces de puntos de recogida (salvo en el caso de grandes electrodomésticos).

La modalidad de envío a domicilio incluye sólo la entrega a pie de portal, existiendo otras opciones, como la subida e instalación en domicilio, con costes añadidos. En estos casos, el plazo de entrega, desde que se efectúa el pago, es de dos a tres días hábiles.

Puntronic da a los compradores los 14 días hábiles de rigor para devolver los productos. En caso de devolución por desestimiento del comprador, los gastos de envío corren por su cuenta. Puntronic ofrece también servicio de extensión de garantías.



www.tiendaazul.com

Esta tienda online de la empresa guipuzcoana Apriga Technology Services, S.L. lleva operativa desde el año 2000. Los plazos de entrega con los que trabaja varían entre los 2 y los 14 días, dependiendo de la zona de destino y de que el producto esté o no disponible en su almacén.

La entrega incluye llevar el producto hasta el portal de la calle de la vivienda. El servicio de entrega, instalación y retirada del electrodoméstico antiguo conlleva un coste añadido de 25 euros.

La política de devoluciones es la misma que la de la mayoría de operadores (los 14 días de rigor). La tienda online cuenta también con un establecimiento físico en Azpeitia.



www.clickelectrodomesticos.com

Con sede en la localidad tarraconense de El Vendrell, esta web de venta de electrodomésticos con entregas en Cataluña, Madrid, País Vasco y Baleares, ofrece sin coste la posibilidad de recogida en sus delegaciones de Barcelona y Madrid de lunes a sábado. El resto de modalidades de entrega (desde la mera entrega a la instalación y retirada del electrodoméstico viejo) incluyen un coste añadido.

Por lo que respecta a plazos de entrega, la media es entre dos y siete días hábiles, con un máximo de hasta 30 días hábiles. Además de los servicios de entrega en sus diversas modalidades, la web ofrece también extensiones de garantía, certificados de seguridad y financiación con varias entidades bancarias y de crédito al consumo.

En cuanto a su política de devoluciones, se ofrece la de los 14 días naturales desde la entrega, siempre y cuando los productos adquiridos no hayan sido utilizados ni instalados. Los productos devueltos deberán estar en las mismas condiciones en las que fueron entregados y con su embalaje original. Los gastos de transporte del reenvío correrán a cargo del usuario y éstos podrán ser aproximadamente los mismos que para el envío.



www.electrocosto.com

Es la web de venta online de la empresa cordobesa Gestaweb 2020, SL que ofrece envíos de todos sus productos con Seur en 24/48 horas hasta el portal del comprador. Para grandes electrodomésticos también cuenta con una segunda agencia que permite elegir la subida del producto al domicilio en caso de necesitarse este servicio.

Electrocosto da 24 horas al cliente para comprobar la integridad de todos los componentes del pedido y para asegurarse que se incluye todo lo que debe. En caso de recibir un producto dañado por el transporte debe indicarlo en el albarán del transportista y contactarlos dentro de las primeras 24h

para poder reclamar la incidencia a la empresa de transporte. Igualmente, esta tienda online ofrece los 14 días naturales por ley para devoluciones este desde la recepción de la mercancía y previa comunicación a Electrocosto dentro de ese plazo para que se establezcan los cauces de devolución oportunos. El cliente debe hacerse cargo del envío generado por la devolución del artículo, contratando para ello la agencia de transporte que estime oportuno. Si bien, Electrocosto pone a su disposición este servicio, en dicho caso se restaría al total a devolver los gastos relacionados a dicho transporte.

La web tiene un horario de atención al cliente de 7 a 22h de lunes a viernes y los sábados de 10 a 14h. También ofrece financiación con Cetelem.

www.electrodomesticosweb.es



Esta tienda online, propiedad de la empresa valenciana Llácer Electrodomésticos, S.L., permite la recogida física de producto en puntos de Madrid, Barcelona y Valencia. A los precios de venta de los productos les suma unos costes de

tramitación de 5,89 euros, para los casos en que el comprador acuda a recoger el producto en tienda y otros costes para la modalidad de entrega en domicilio que varían según la provincia.

En este caso, el precio incluye la entrega hasta la puerta del domicilio del cliente, ofreciéndose aparte los servicios de subida e instalación y puesta en marcha.

La web ofrece también servicio de ampliación de garantía (a través de Garantía 3) y de reparación de electrodomésticos. Su política de devoluciones se atiene a los 14 días naturales establecidos por la ley, con los costes de envío a cargo del comprador siempre que la devolución no esté causada por un defecto o error del producto.

Además, también da la opción de utilizar la plataforma de financiación de Cofidis y pagar las compras en 6 meses, o pagar en 12 meses sin intereses en su tienda física de Valencia, donde ofrece también servicio de Web auto (o recogida sin problemas de aparcamiento).

Proselco contribuye con más 16.000 euros para los niños con cáncer de Fundación Aladina

Proselco inició el pasado mes de noviembre una acción solidaria para recaudar dos euros por cada lavadora vendida durante ese mes, tras un acuerdo de colaboración con la Fundación Aladina, que proporciona apoyo integral a niños y adolescentes enfermos de cáncer. Los fondos se destinarán a la remodelación de la UCI de oncología infantil del Hospital Niño Jesús de Madrid.

Estudiar primaria desde alta mar, gracias a Lenovo

Lenovo colabora en el proyecto Sail for Good Education, en el que una familia finlandesa estará conectada con tierra firme mediante las nuevas tecnologías durante los casi seis años que dure su vuelta al mundo en velero. El proyecto Sail for Good Education es el deseo cumplido del Finlandés Tuomo Meretnemi de dar la vuelta al mundo en barco junto a su mujer y sus tres hijos.

Wolder, primera marca española de tabletas en 2016

Wolder fue el primer fabricante español de tabletas el pasado año, con más de tres puntos de diferencia sobre otros fabricantes nacionales como BQ. Si se tienen en cuenta el resto de fabricantes no españoles, Wolder ocupó el cuarto lugar en el ranking de marcas, sólo superada por compañías como Samsung y Apple.

Frigoríficos NVR-4689 CTNFDT y NVR-4688 CTNFT, de Nevir

Nevir incorpora en la gama combi dos nuevos frigoríficos con tecnología Total No Frost, que evitan la formación de hielo en ambos compartimentos. Los dos modelos disponibles, con y sin display digital en la puerta respectivamente, cuentan con Multi Air Flow system y una forma pensada para el máximo aprovechamiento del espacio interior, como sus tres cajones de gran capacidad en zona del congelador.

¿Es la realidad virtual antisocial?

La realidad virtual es percibida por muchos españoles como una actividad antisocial, según un estudio de la consultora Context. Aunque según este estudio, el camino para la adopción masiva de estos dispositivos todavía está lejos, los españoles conocen cada vez más sobre la realidad virtual: un 71,8% de los encuestados ha oído hablar de ella, por encima de otros mercados como el francés o el inglés.

Jocca presenta su nueva licuadora de prensado lento (Slow Juicer)

Gracias a su tecnología de prensado en frío, esta licuadora de Jocca consigue hasta un 50% más de zumo, conservando al mismo tiempo los nutrientes y vitaminas de los alimentos. Se compone de un filtro en acero inoxidable y alcanza una potencia de 150 W. Dispone de sistema antigoteo y extracción continua, entre muchas más funcionalidades

Primer Centro de Atención al Cliente de España de Huawei

Huawei ha inaugurado su nuevo Centro de Atención al Cliente en Madrid, el primero de este tipo que la compañía abre en España, como muestra de la apuesta de la firma por este mercado, y el segundo en Europa, tras la apertura en Milán (Italia) hace algunos meses. Este es el primer paso de la compañía por reforzar su servicio postventa y en el cual se incluye la inauguración en los próximos meses de un servicio similar en Málaga.

Más de 10.000 peluches para niños sirios han pasado por las lavadoras de Miele

Miele lanzó, junto con la Fundación Crecer Jugando, una campaña para recoger en los showrooms de la marca de electrodomésticos los peluches de todo el que quisiera donar los que no utilizaba. Durante esta Navidad, envió 7.300 peluches a los niños sirios de campos de refugiados de Tesalónica. Han sido tantas las personas que han contribuido donando peluches, que, después de extender el primer plazo de la campaña hasta el 10 de enero, la compañía ha realizado un segundo envío, de 3.000 peluches, directamente a Siria.

ERP España recoge una tonelada de RAEE en un partido de baloncesto solidario

European Recycling Platform (ERP) y la Asociación Nacional de personas con discapacidad, AMIAB, recogieron a primeros de febrero cerca de una tonelada de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) en la ciudad de Archena, gracias a la celebración del III Partido por el Reciclaje de Baloncesto en Silla de Ruedas (BSR). Fue un encuentro de exhibición cuyo objetivo era despertar la conciencia social en una doble vía: la igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad, representada por el deporte adaptado, y la importancia para el medio ambiente y la sociedad del correcto reciclado de la basura electrónica y de las pilas.

Afeitadora Flex 360°, de Remington

La afeitadora Flex 360°, de Remington, que encaja en la palma de la mano, es la última novedad en afeitadoras rotativas de los expertos de la firma. Con su exclusivo diseño ergonómico, esta afeitadora aprovecha el movimiento natural de la muñeca para que el afeitado sea apurado y absolutamente preciso, ayudando a conseguir resultados perfectos en un tiempo récord.

El Symposium 2017 de Ingram Micro ya tiene fechas

El evento volverá a celebrarse en la Cúpula las Arenas (Plaza España, Barcelona), el 17 de octubre de 2017, gracias a la excelente acogida por parte de todos los asistentes y la gran accesibilidad al espacio, en transporte público, coche, o desde la estación de tren o el aeropuerto. El año pasado, la firma sorprendió convirtiendo el Symposium en una jornada ininterrumpida de ocho horas. Dicha iniciativa obtuvo muy buenos resultados, pues el distribuidor pudo alargar su visita al evento y profundizar en los temas más interesantes.

Panasonic lanza una nueva línea de hornos microondas con grill

Los nuevos microondas de Panasonic, modelos NN-GD38HS y NN-GD-34HW, cuentan con un diseño renovado, con tirador en acero inoxidable, e incorporan la bandeja Panacrunch, que proporciona un acabado crujiente a infinidad de platos, como quiches o pizzas. El modelo GD-38HS ofrece el modo Vapor+, que añade a la Panacrunch un accesorio adicional: una tapa de acero inoxidable que permite también cocinar al vapor todo tipo de recetas.

etuyo firma un acuerdo con La Vanguardia

La tienda online de electrodomésticos etuyo y La Vanguardia, diario de información líder en Cataluña, han alcanzado un acuerdo de colaboración por el que la primera ofertará productos de la categoría de electro a los lectores del diario. A partir de febrero, etuyo colabora con La Vanguardia ofreciendo a los lectores y suscriptores del diario la posibilidad de comprar todos los electrodomésticos que puedan necesitar para equipar su hogar, para el cuidado personal o para el ocio a unos precios muy competitivos y con condiciones exclusivas.

Convención nacional de ventas de Taurus y Solac

El pasado mes de enero, Taurus Group celebró en Barcelona su convención nacional de ventas 2017, donde se presentaron las últimas novedades de las marcas Taurus y Solac. El presidente ejecutivo de la compañía, Ramon Térmens, felicitó al equipo comercial por los buenos resultados obtenidos en 2016 y destacó las ganas de seguir creciendo como grupo, así como en las oportunidades que ofrece el mercado para este próximo año, transmitiendo un mensaje de optimismo y confianza. Durante la convención se presentaron, entre las dos marcas, un total de 24 novedades para este año 2017. Las más destacadas de Taurus se encuentran en las categorías de cocina y hogar, y las de Solac, en las categorías de cocina, hogar y cuidado personal.

Las novedades 2017 de Eurofred se presentaron en Barcelona

En el marco de su II Communications Breakfast, el equipo de Eurofred presentó, a finales del pasado enero en La Pedrera de Barcelona, las novedades de producto para este 2017. Como parte del 50 aniversario de la compañía, Los responsables de la compañía recalcaron el compromiso de Eurofred con la eficiencia y la sostenibilidad. Sus productos de última generación son respetuosos con el entorno y poseen la máxima eficiencia energética. Esta apuesta ha sido avalada por el Ministerio de Agricultura, Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, que ha concedido a Eurofred los sellos Calculo y Compenso.

Se crea el primer instituto tecnológico de formación digital en España

La irrupción de las nuevas tecnologías digitales hace necesaria la formación de los profesionales TIC para cubrir la demanda que se está produciendo en el mercado. Ante este escenario surge Digital Tech Institute, un centro de formación digital especializado en talento tecnológico para la nueva economía digital. El objetivo es potenciar el capital humano de las compañías que apuestan por la formación in company en áreas TIC a través de itinerarios formativos sobre Big Data, Full Stack Developer (Javascript, PHP y Python), Seguridad IT, Business Analytics, Cloud DevOps y Middleware.

Grupo Cenor cumple 25 años en 2017

Este 2017 será un año importante y de muchas sorpresas para sus clientes, ya que Cenor cumple 25 años y piensan celebrarlo a lo grande. La enseña anuncia que irá desvelando, poco a poco, lo que tiene preparado con motivo de dicha efeméride. De momento, sólo han adelantado que quieren que este sea un año muy especial, y que pronto comunicarán todo lo que han organizado.

Eficiencia en línea blanca y aspiración: nuevo reto para el fabricante

La factura de la luz sube, pero las regulaciones europeas y los fabricantes se han puesto las pilas en eficiencia

El pasado enero saltaron todas las alarmas para los sufridos consumidores de aparatos electrodomésticos: la energía eléctrica alcanzaba tarifas de récord, y no precisamente por baratas. Por suerte, los fabricantes llevan tiempo intentando implementar medidas que consigan que sus productos sean, no sólo más sostenibles gracias a materiales más ecológicos, que emitan menos contaminantes y puedan ser completamente reciclables al final de su vida útil, con ausencia de conexiones y soldaduras fijas que faciliten el desmontaje para que puedan ser fácilmente separadas y clasificados, sino que también investigan constantemente soluciones para que sus electrodomésticos puedan ser igualmente eficaces con el mínimo consumo de recursos.

Aspiración

Desde septiembre de 2014, la Directiva Europea 2010/30/EU, según la cual los electrodomésticos más comunes tienen la obligación de mostrar una etiqueta energética con los datos más representativos de su consumo, así como un indicativo de su calidad energética, ha echado un cable a la eficiencia energética en aspiración, cuyos equipos antes de esa fecha no entraban dentro de los aparatos contemplados en esa regulación. También el Reglamento Delegado 666/2013, que entró en vigor en la misma fecha, limita la potencia de los aspiradores, desde el 1 de septiembre de 2014 a 1.600 W, y a partir del 1 de septiembre de 2017, a 900 W. Una razón más para continuar con el reto de conseguir las mayores prestaciones con el mínimo gasto energético.



Aspiradores Cyclone 1.5, de Di4

Línea blanca

Con objeto de dar a conocer a los consumidores los ahorros económicos obtenidos al adquirir electrodomésticos

eficientes, y ante el progresivo incremento del precio de la energía eléctrica, la Patronal del sector, ANFEL, actualizó hace poco su tabla informativa que indica, de manera sencilla, los ahorros anuales obtenidos al sustituir un electrodoméstico antiguo por otro de alta clasificación energética (A++ ó A+++). De este modo, un consumidor puede conocer cuánto ahorrará cada año en su factura eléctrica, tanto en términos de energía como en euros, basándose en la antigüedad del electrodoméstico sustituido (5, 10 ó 15 años) y en la clase energética del nuevo aparato adquirido.



Lavadora AssWash, de Samsung.

Así, la tabla de ANFEL, que analiza varias categorías de productos como frigoríficos, combis, congeladores, secadoras, lavadoras, lavavajillas y hornos, recoge ahorros de hasta más de 200 euros anuales con los electrodomésticos más eficientes. Por ejemplo, la sustitución de un frigorífico-congelador de 15 años de antigüedad por uno de clase A+++ supone, de media, un ahorro anual de unos 635 kilovatios hora (kWh), que en términos económicos corresponde a casi 140 euros anuales. Si el aparato sustituido tuviera una antigüedad superior a 15 años o una eficiencia inferior a la media, los ahorros podrían alcanzar los 959 kWh y los 211 euros anuales. Según ANFEL, los ahorros son inmediatos desde el momento en que se instala y utiliza el nuevo electrodoméstico y se producen durante la vida útil del aparato.

Por su parte, AAEL/FAEL (Asociación Andaluza de Electrodomésticos/Federación Andaluza de Electrodoméstico) junto con FECE (Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos), también están llevando a cabo una Campaña a favor de la Eficiencia Energética empleando la información de ANFEL. Son buenas soluciones para contrarrestar la subida de tarifas eléctricas.

COMBIS	Ahorro económico (€/año)		Ahorro energético (kWh/año)	
	Antigüedad (años)	A+++	A++	A+++
5	84,09 €	66,64 €	382,24	302,91
10	115,83 €	98,37 €	526,48	447,15
15	139,63 €	122,17 €	634,66	555,33
Ahorro máximo	211,02 €	193,57 €	959,20	879,87

FRIGORÍFICOS	Ahorro económico (€/año)		Ahorro energético (kWh/año)	
	Antigüedad (años)	A+++	A++	A+++
5	43,59 €	34,54 €	198,14	157,02
10	60,04 €	50,99 €	272,91	231,79
15	72,38 €	63,33 €	328,99	287,86
Ahorro máximo	109,39 €	100,34 €	497,22	456,09

CONGELADORES	Ahorro económico (€/año)		Ahorro energético (kWh/año)	
	Antigüedad (años)	A+++	A++	A+++
5	78,23 €	61,99 €	355,60	281,79
10	107,75 €	91,52 €	489,78	415,98
15	129,89 €	113,66 €	590,42	516,62
Ahorro máximo	196,32 €	180,08 €	892,35	818,54

LAVADORAS	Ahorro económico (€/año)		Ahorro energético (kWh/año)	
	Antigüedad (años)	A+++	A++	A+++
5	29,17 €	23,52 €	132,59	106,93
10	38,58 €	32,93 €	175,36	149,70
15	49,56 €	43,91 €	225,26	199,60
Ahorro máximo	72,88 €	67,23 €	331,26	305,60

SECADORAS	Ahorro económico (€/año)		Ahorro energético (kWh/año)	
	Antigüedad (años)	A+++	A++	A+++
5	94,17 €	81,82 €	428,06	371,92
10	100,45 €	88,10 €	456,58	400,44
15	113,65 €	101,30 €	516,58	460,44
Ahorro máximo	157,25 €	144,90 €	714,78	658,64

LAVAVAJILLAS	Ahorro económico (€/año)		Ahorro energético (kWh/año)	
	Antigüedad (años)	A+++	A++	A+++
5	30,49 €	24,39 €	138,60	110,88
10	40,66 €	34,56 €	184,80	157,08
15	51,48 €	45,38 €	234,00	206,28
Ahorro máximo	75,21 €	69,12 €	341,88	314,16

HORNOS	Ahorro económico (€/año)		Ahorro energético (kWh/año)	
	Antigüedad (años)	A+++	A++	A+++
5	20,16 €	14,63 €	91,64	66,51
10	28,29 €	22,76 €	128,59	103,46
15	37,07 €	31,54 €	168,49	143,37
Ahorro máximo	64,57 €	59,04 €	293,49	268,36

¹ Precio de la energía: 0,22 euros/kWh, impuestos incluidos.

² Ahorros medios obtenidos en base a los Reglamentos Europeos de etiquetado energético, considerando para cada tipo de producto el de características más representativas. Consumos por antigüedad obtenidos teniendo en cuenta la clase energética media que se comercializaba en aquel momento (hace 5, 10 y 15 años).

³ Ahorros máximos estimados en caso de antigüedades superiores y/o clasificaciones energéticas inferiores en los aparatos sustituidos.

Bosch En BSH llevan desarrollando aspiradores eficientes desde mucho antes de que el etiquetado energético entrara en vigor dentro de esta categoría, el pasado 1 de septiembre de 2014.

www.bosch-home.es

Aspiradores BGL45500 y Athlet. Gracias a los motores Compressor de ~750 W, BSH ya conseguía aspiradores con una calidad de recogida de polvo similar a uno de ~2.400 W antes de la obligatoriedad del etiquetado energético en aspiración y, a día de hoy, todos sus aspiradores funcionan con motores de entre 700-800 W. Son conscientes, no sólo de la regulación sobre eficiencia energética que hace que todos los fabricantes deban producir bajo una norma, sino también que el usuario está cada vez más concienciado en adquirir productos de bajo consumo energético, debido, entre otras cosas, al precio por kWh que se está alcanzando. Los criterios que siguen para fabricar electrodomésticos eficientes se centran en reducir el consumo mejorando la calidad de recogida de polvo gracias a: nuevos sistemas de sellado de cada una de las partes del aparato para evitar posibles fugas de aire, nuevos motores más eficientes y capaces de mover mayor caudal de aire, nuevos cepillos y sistemas de guiado del aire más eficientes. En aspiradores con toma de corriente, el aspirador con bolsa Bosch BGL45500 (1) es el que consigue los mejores resultados en etiquetado energético (AAAA), y la joya en aspiración la tienen en el modelo sin cable Bosch Athlet (BBH625W60) (2), el perfecto sustituto del aspirador convencional, con una batería de litio de 25,2 V, de carga rápida y autonomía de hasta 60 minutos.



Miele

La línea EcoLine de Miele es la que ofrece el mejor balance entre consumo y resultados de limpieza óptimos.

www.miele.es

Aspiradores EcoLine. Los aspiradores dotados con el motor EcoLine cuentan con la tecnología Smart Power, un concepto de aspiración que combina alta absorción y bajo consumo, gracias a tres elementos principales: motor innovador EcoLine Plus, con bypasses adicionales para facilitar el flujo del aire en el interior; cepillo AirTeQ alta eficiencia, especialmente diseñado para conseguir la mejor eficiencia, que establece un contacto ininterrumpido con el suelo, facilitando el desplazamiento, llegando a todos los rincones y obteniendo una excelente recogida; y PowerChip inteligente, que se ajusta y optimiza la potencia de absorción en cada situación, garantizando que el aspirador consiga los mejores resultados de limpieza con una potencia máxima de 800 W y con una eficiencia energética clase A.

El mejor diseño al servicio de la mejor limpieza: bolsas 3D

Miele apuesta por los aspiradores con bolsa como el mejor sistema del mercado y por ello innova año tras año en este elemento fundamental de sus aparatos. En este caso la revolución llega a las bolsas de aspiración con un diseño con efecto 3D único en el mercado. Esta tecnología permite recoger el polvo y la suciedad de una manera más eficaz, además de aumentar el tiempo de duración de la bolsa en un 20%.

El diseño de las bolsas ha sido también mejorado con el nuevo material Soft Structure, garantizando los mejores niveles de eficiencia (con un 99,9% de filtrado), incluso con potencias bajas, gracias a la optimización del flujo de aire y permeabilidad. Además, estas nuevas bolsas 3D son compatibles con modelos anteriores.





1 Di4. En Di4 afirman que la eficiencia energética de sus aspiradores es su seña diferencial, y todos los productos que desarrollan (tanto la gama de aspiradores con bolsa como los sin bolsa) están clasificados con una triple A (A en Eficiencia Energética, A en rendimiento de aspiración en suelos duros y A en remisión de polvo). Todo esto es gracias a sus motores eficientes con menores pérdidas de succión y más rendimiento, a las mejoras en las uniones o acoplamientos y en los accesorios para mejorar la eficacia del producto, y a los diseños optimizados para conseguir menor consumo. Destaca el silencioso modelo Aspirovac Silence 3.0 (en la imagen) que logra una eficiencia A en consumo medio de energía, en succión de polvo en suelos duros y en remisión de polvo gracias a su diseño y a la integración de un filtro HEPA. Con respecto a aspiradores sin bolsa, el más eficiente es el Aspirovac Cyclone 1.5, con una clasificación A también en consumo medio de energía, en succión de polvo en suelos duros y en remisión de polvo, por los mismos motivos. www.di4.eu

2 Electrolux. Con una clasificación energética A, el aspirador UltraSilencer Zen es considerado uno de los más silenciosos del mercado, gracias a la tecnología Zen System, cuyos materiales de aislamiento acústico consiguen disminuir el nivel de ruido hasta los 58 decibelios. Por su parte, la tecnología Motion Control System garantiza movimientos estables, giros perfectos y tracción dinámica, que facilitan la maniobrabilidad por el hogar. También destaca su sistema Multi Room System que, con su radio de acción de 12 m, aporta mayor alcance. Cuenta asimismo con el innovador accesorio Aero Pro 3 en 1, que combina un cepillo especial para superficies delicadas, una boquilla para alcanzar áreas de difícil acceso, así como otro cepillo especial para tapicerías. Está fabricado en un 55% con material plástico reciclado, y es reciclable hasta en un 92%. www.electrolux.es

3 Jata. El aspirador multiciclónico sin bolsa de clase energética A, el modelo AP999, ofrece la máxima succión sin pérdida de aire, además de filtros lavables antiácaros, antibacterias, antipolen... Su caudal de aire es de 20,3 l/seg., su nivel de sonoridad <85 dB, y su radio de acción de 8 m. Cuenta también con tubo telescópico de acero inoxidable, cepillo para todo tipo de suelos, boquilla para juntas con cepillo integrado, depósito de 2 l, pulsador de puesta en marcha, recogecable automático, asa de transporte, voltaje de 230 V y potencia de 700 W. www.jata.es

4 LG. El nuevo aspirador LG CordZero Trineo cuenta con una gran variedad de funcionalidades avanzadas. El motor Smart Inverter, junto con Axial Turbo Cyclone y su batería de ion litio Power Pack de 72 V le otorgan un gran poder de succión. Es capaz de seguir al usuario automáticamente gracias a la tecnología avanzada de LG RoboSense 2.0. Su sistema de detección inteligente y su sensor situado en la parte frontal identifica obstáculos y los evita. También cuenta con la funcionalidad Power Drive Nozzle y el mango Opti-Balanced que reduce la presión en la muñeca y el codo de los usuarios para mejorar el control y la facilidad de uso. Con un sistema de filtrado en siete pasos y filtro HEPA 14, captura polvo muy fino y alérgenos. www.lg.com/es

5 Polti afirma que el ahorro de energía y el medio ambiente son dos de sus pilares más importantes. La producción se realiza sin emisiones a la atmósfera, utilizando energía limpia generada a través de instalación fotovoltaica y los productos están fabricados con material totalmente reciclable y ensamblados sin soldaduras o conexiones fijas, de manera que los materiales pueden ser separados y clasificados. La compañía investiga soluciones que permitan crear productos que garanticen elevadas prestaciones con un menor consumo, para tener un hogar limpio y saludable, sin alérgenos, virus o bacterias. Entre sus aspiradores destaca el Forzaspira MC350 Turbo & Fresh, multiciclónico, con depósito extraíble, filtro HEPA 13 lavable que recoge impurezas como ácaros y polen, Parking System, recogecable automático, y accesorios variados. Incluye una ranura donde se insertan las pastillas ambientadoras Frescoaspira, que difunden un agradable aroma a ropa limpia. www.polti.es

6 Rowenta. El motor de bajo consumo del nuevo aspirador X-Trem Power 3AAA ofrece el mismo rendimiento de limpieza que uno de 2.000 W con sólo 750 W, lo que supone un consumo de hasta un 40% menos de energía. Además, ha mejorado su sistema de filtración para asegurar un 99,99% de suciedad capturada, con sus dos filtros que capturan incluso las partículas de polvo más diminutas. El filtro HEPA es permanente, por lo que no requiere mantenimiento y, junto con la bolsa Hygiene + de alta filtración y con un sistema de autocierre que evita cualquier tipo de contacto con la suciedad, asegura la máxima higiene. Su mayor capacidad (4,5 l) y la longitud de su cable (11 m), permite una mayor libertad de uso. El cepillo Easy Brush está integrado en el producto para tenerlo siempre a mano y sus cuatro ruedas son pequeñas y maniables, con giro de 360°. El asa ergonómica facilita el transporte y la "Posición Páking" ayuda a almacenarlo. www.rowenta.es

7 Solac está muy concienciada con el diseño y desarrollo de productos energéticamente eficientes, y desde la fase inicial de conceptualización de los mismos se tiene en cuenta la reducción del consumo de energía, así como otros aspectos que mejoran su eficiencia global. Todos sus aspiradores tienen clasificación energética A, y las últimas novedades en aspiradores sin bolsa (como el Apollo Compact AS3193, en la imagen) ya han conseguido la AAA, cumpliendo los requisitos de la futura normativa de diseño ecológico que entrará en vigor a partir de septiembre de 2017. También incorporan funciones de autoapagado. Se han desarrollado motores más eficientes y nuevos sistemas de filtraje y de aerodinámica aplicados al diseño de cepillos, tubos y accesorios para lograr un rendimiento en succión similar o mejor a los aspiradores de mayor potencia, pero con un consumo energético menor. La firma controla estrictamente el cumplimiento de las leyes de consumo energético, así como las materias primas y componentes para que sean reciclables y no contaminantes. www.solac.es



5



6



7



1 Electrolux realiza cada año importantes inversiones para fabricar electrodomésticos cada vez más eficientes y respetuosos con el medio ambiente, con gran presencia de clasificaciones de A++ en adelante, llegando incluso a modelos de lavadoras A+++ (-70%). Este compromiso se extiende a la producción de los electrodomésticos en sus fábricas, y tienen el objetivo de incrementar las energías renovables en sus instalaciones hasta 2020: en 13 de ellas ya sólo se obtiene electricidad procedente del agua, sol, viento o biomasa desde 2016. Esto reduce las emisiones de CO₂ en 75.000 toneladas al año, lo que equivale al 60% de sus emisiones en Europa y al 20% de todas sus operaciones en 2015. Destaca entre su lista de electrodomésticos eficientes la lavadora EWF1407MEW2, capaz de lavar perfectamente las prendas más delicadas, con una clasificación energética A+++ -20% y una capacidad de 10 kg de carga. Su sistema de vapor profesional suaviza las arrugas y refresca la ropa, y el sistema inteligente OptiSense ajusta automáticamente la duración y condiciones de cada ciclo dependiendo del volumen de carga. www.electrolux.es

2 AEG también pertenece al Grupo Electrolux y comparte su filosofía sostenible. Entre sus productos más eficientes figuran los frigoríficos combis ProFresh, con doble circuito de refrigeración, que garantizan un perfecto almacenamiento de alimentos frescos y libre de escarcha en el compartimento congelador, todo ello con una clasificación energética de clase A+++ . Asimismo, este combi tiene un cajón independiente que permite preservar el sabor de la carne y el pescado conservándolos a una temperatura más baja, y separados de otros alimentos en condiciones óptimas para evitar el trasvase de sabores. www.aeg.com.es

3 Beko. Los lavavajillas de libre instalación de 60 cm DFN26321X y DFN26321W cuentan con el accesorio Trywash, un soporte que permite colocar fácilmente hasta tres bandejas del horno en el lavavajillas y lavarlas a la vez. Disponen asimismo de tercera bandeja de cubiertos totalmente extraíble y además el clásico cesto de cubiertos deslizante en toda la bandeja inferior. El motor ProSmart Inverter, junto al sistema de secado mediante ventilación activa y al aislamiento de las paredes laterales, les otorga unas condiciones de eficiencia energética A++ , con un reducido nivel de ruido y de consumo de agua (10 l en el programa ECO). Además, ofrecen seis programas, de los cuales cabe destacar Quick&Clean por sus eficientes resultados de lavado en tan sólo 58 minutos o Auto, que determina automáticamente la temperatura y el tiempo de lavado más adecuado. www.beko.es

4 Liebherr. La eficiencia energética es una prioridad absoluta en la distribución y producción de nuevos aparatos, tanto para Frigicoll como para el fabricante Liebherr, que siempre se ha diferenciado por estar a la vanguardia tecnológica para disminuir el consumo de los aparatos, apostando por materiales con mejor aislamiento térmico que el resto del mercado, compresores eficientes, iluminación LED y optimización del circuito frigorífico. Actualmente, gracias a la nueva gama BluPerformance, que se introdujo en 2016, a todo lo anterior se suma un cambio de emplazamiento del compresor y una renovación del mismo, consiguiendo aún más eficiencia sin que afecte a la capacidad del frigorífico. Todos los aparatos BluPerformance pertenecen a la clase A+++ o A+++ (-20%). www.frigicoll.es



5

6



7

8



5 Siemens. Las lavadoras sensoFresh consiguen la eliminación efectiva de olores sin necesidad de agua, detergentes ni aditivos especiales, gracias a su innovador sistema con oxígeno activo, incluso para prendas no lavables a máquina como trajes, blusas y camisas. También incorporan el nuevo programa mixHigiene: al mismo tiempo que se lava la ropa, se aplica la tecnología sensoFresh para eliminar gérmenes y bacterias sin necesidad de utilizar altas temperaturas. Además, el programa “Limpieza del tambor” avisa de la necesidad de utilizarlo cada 20 ciclos para un mantenimiento perfecto de la lavadora. www.siemens-home.es

6 Grundig invierte esfuerzos en que sus electrodomésticos funcionen con los más altos estándares de exigencia y calidad y consumiendo el mínimo de energía, y lo consigue mediante una triple apuesta por la calidad, el diseño y la innovación. Por ejemplo, el Ecomotor de sus lavadoras, un motor Inverter sin escobillas que evita la fricción y trabaja con velocidad variable, reduce el consumo energético hasta un 50% en comparación con la clase A+++ . También, el programa Multisense, de la gama de lavado, realiza los ajustes necesarios para que las prendas no usen más agua ni energía de la necesaria, y la tecnología IonFresh en los lavavajillas hace que los iones negativos neutralicen los olores desagradables. La firma destaca, entre otros productos eficientes, el lavavajillas EcoChamp 5,5 L, A++ , con una innovadora tecnología que logra que un ciclo de lavado completo requiera menos de 5,5 litros de agua, lo que supone un ahorro de agua anual de 2.600 l comparándolo con un lavavajillas convencional de 15 litros de consumo por ciclo de lavado. www.grundig.com/es-es

7 LG. La eficiencia energética es uno de los rasgos de distinción de LG, junto con la durabilidad y la fiabilidad, sin olvidar el bienestar de sus consumidores, y hace cinco años iniciaron una evolución de sus productos con el propósito de ser la marca más responsable energéticamente. Un ejemplo es la lavadora Turbo Wash con Centum System, con 20 años de garantía en el motor Inverter Direct Drive, un motor con un sistema de amortiguación especial que reduce el nivel de ruido y vibraciones y garantiza la máxima eficiencia energética A+++ (-60%). Incorpora la tecnología Turbo Wash, que permite realizar un ciclo de lavado completo en tan sólo 49 minutos, ahorrando hasta un 17% de agua y electricidad por ciclo. www.lg.com/es

8 Whirlpool. Los lavavajillas 6th Sense con función PowerClean Pro cuentan con 28 potentes inyectores de agua a presión para limpiar incluso la suciedad más incrustada sin necesidad de prelavado a mano. Otra función de los lavavajillas es el sistema Power Dry, que lava y seca la vajilla en tan sólo una hora, gracias a un circuito cerrado que elimina la humedad de la cavidad por proceso de condensación. Además, estos modernos lavavajillas disponen de las mejores prestaciones en lo que respecta al consumo, tanto de energía como de agua, dado que ofrecen una eficiencia energética: A++ y A+++ y un mínimo consumo de agua: tan sólo 9 l el modelo más eficiente. www.whirlpool.es



9



10



11

12



9 Miele. En Miele la eficiencia energética y la preocupación por el medio ambiente son pilares de la filosofía de la marca, y creen que, para ello, es necesario cuidar todas y las fases del proceso de producción. En lavado, la firma apuesta por reducir el consumo de energía con programas adaptados al usuario, y el consumo de agua con sistemas que optimicen su circulación y reutilización, como Power Wash 2.0. También, la dosificación automática de detergente TwinDos regula la cantidad adecuada para cada lavado y, para acabar, las secadoras Miele, con bomba de calor y un consumo energético un 50% menos que las secadoras de condensación convencionales, incorporan el sistema PerfectDry, que analiza la composición del agua en cada programa y adapta el grado de secado al mismo. Además, todos los productos y componentes de la firma se someten a exigentes test de calidad que simulan una vida útil de 20 años. Como ejemplo de todo esto, se puede mencionar la gama de lavavajillas G 6000 EcoFlex con el programa QuickPowerWash, que en tan sólo 58 minutos lava y seca la vajilla con un consumo mínimo de agua y energía. www.miele.es

10 Smeg. Smeg, desde hace muchos años, está muy sensibilizada con todo lo que tiene que ver con la sostenibilidad medioambiental; uno de los signos más tangibles es la orientación Green, que se extiende a todos los ámbitos de la empresa. En los electrodomésticos Smeg, las mejores prestaciones van de la mano con los bajos consumos, con especial atención a la máxima eficacia de las clases energéticas. El lavavajillas LVS533XIN, por ejemplo, 6,5 l que consume de agua, tiene una clasificación energética A+++, tres cestos, programación diferida, sistema Aquatest (detección de agua sucia antes de realizar un proceso de lavado) y Acquastop (detención por posibles pérdidas de agua) y secado Enersave (secado natural). www.smeg.es

11 Samsung otorga un papel fundamental a la sostenibilidad en el ciclo de vida de sus productos, y aplica técnicas ecoeficientes en todos sus procesos para reducir la huella ecológica. Desde 2008, han conseguido mejorar un 47% la eficiencia energética de ocho de sus grandes líneas de productos, y en 2012, diseñaron un plan global de conservación del agua; tienen también programas de reciclaje en más de 60 países. Por último, a través de su sistema de certificación Eco-Partner, garantizan que el material que sus proveedores les suministran no contenga sustancias peligrosas, y han desarrollado materiales respetuosos como el bioplástico y el vinilo biodegradable. En su gama de frigoríficos, destacan los modelos de dos metros con calificación A+++, un consumo de 173 kwh/año y una capacidad total de 365 litros (con tecnología Space Max para optimizar el espacio); el frigorífico RB37J5029SA, que ofrece un consumo energético más bajo, resalta por su estética moderna y elegante, con acabados en metal grafito, luz LED interior e interior premium con botellero y display. www.samsung.com/es

12 Bosch. Las secadoras con bomba de calor de la firma sólo consumen 37 euros al año y tienen una clasificación energética de hasta A+++. Una promoción permite probarlas durante un mes sin cargos. www.bosch-home.es

La silla, silla.



El aire, aire.

daitsu

Aire sin tonterías.

daitsu.es

Imagen, color, inteligencia y nostalgia: nuevos smartphones y mucho más

El MWC de Barcelona se diversifica: grandes pantallas y cámaras dobles, pero también IoT, realidad virtual e IA

La principal conclusión que podemos extraer del recientemente finalizado Mobile World Congress 2017 es que su objetivo propiamente dicho, los smartphones, están dejando cada vez más lugar a otro tipo de dispositivos y tecnologías. Muchas compañías mostraban en la feria, además de sus móviles, soluciones de Internet de las Cosas para el hogar, inteligencia artificial (asistentes virtuales, chatbots, coches sin conductor...), dispositivos de realidad virtual y aumentada e incluso dispositivos eléctricos para la movilidad urbana, como bicicletas, skateboards y patinetes, sin olvidar a los drones, que ya se están convirtiendo en un habitual. En contraposición, hay que decir que los wearables, que parecían destinados a ser la gran innovación de este final de década, se mantienen, pero con las expectativas más rebajadas que en su inicio, y que las tabletas parecen estar en un momento de estancamiento en cuanto a innovaciones.

En cuanto a teléfonos propiamente dichos, se puede decir que lo que se ha visto supone una mejora y una evolución de lo que ya existía en el mercado, antes que verdaderas innovaciones.

Tendencias

En el MWC 2017 se pudo ver cómo las pantallas crecen y los bordes disminuyen: pocas firmas lanzan ya smartphones con pantallas inferiores a 5 pulgadas, más bien se acercan más a las 6, mientras que los marcos se reducen de manera que se aprovecha mejor la superficie de visualización; estas pantallas tienden a ser 4K y/o curvas en muchas de las novedades presentadas. Desaparecen también los botones físicos, sustituidos por los táctiles o por otro tipo de sensores (reconocimiento facial, sensor de huella digital...) También se notó la generalización de las dobles SIM, que permite a los usuarios contar con un número particular y otro profesional, y casi todas las compañías han ampliado considerablemente



Hisense Rock C30 8

su gama de colores, con nuevos tonos más elegantes o juveniles, aparte de que se incrementa la calidad de los materiales en que están fabricados los teléfonos. Cada vez más smartphones cuentan también con resistencia al agua, y comienza a implementarse la tecnología ultrarrápida 5G, aunque parece ser que aún falta tiempo para que se generalice. Las cámaras duales, a las que se añaden diversas tecnologías para mejorar la calidad de las imágenes, asimismo están al alza, al igual que las funciones de carga rápida de la batería.

También hubo tiempo para la nostalgia en la feria barcelonesa de los móviles, con el regreso del teclado físico de Blackberry y de una reedición de uno de los móviles más históricos de Nokia, el 3310, calificado como "indestructible" (eso sí, con la misma conectividad 2G de sus inicios). Y hasta dentro de un año, les dejamos con lo mejor del congreso, que podrán ver en las páginas siguientes.



1 Hisense Rock C30 8 (King Kong), combina un elegante diseño y un potente hardware con la máxima resistencia. Este smartphone se presenta con una pantalla Gorilla Glass de cuarta generación y certificación IP68, obtenida por su resistencia al polvo, al agua y a prueba de golpes. Su hardware lo convierte en un smartphone muy adecuado para la fotografía y su uso multimedia. www.hisense.es

2 Alcatel. TCL Communication presentó en el Mobile World Congress de Barcelona su nuevo smartphone Alcatel A5 LED, que destaca por su cubierta con LEDs interactiva. Permite nuevas funciones divertidas, como notificaciones de iluminación y patrones para la cubierta de LEDs únicos, asociables a contactos, llamadas entrantes, reproducción de música... La cubierta de LEDs desmontable consume entre el 10 y el 15% de la batería con un uso normal. Tiene conectividad 4G LTE rápida, procesador Octacore y pantalla HD de 5,2 pulgadas, y cuenta con una cámara frontal de 5 Mp con flash selfie y software Face Beauty y Face Show, que le permite convertir sus selfies en clips de vídeo personalizados; también hay una cámara trasera de 8 Mp con flash de doble tono. El Alcatel A5 LED se adapta cómodamente a la mano, con un diseño ergonómico que cuenta con un perfil delgado y bordes redondeados. Estará disponible en Europa a partir de mayo. www.alcatel-mobile.com

3 Archos mostró los smartphones Archos 50 y 55 Graphite, que proporcionarán a los usuarios una mezcla real de las últimas tecnologías para mejorar las funcionalidades: dos cámaras, de 13 Mp en la parte posterior + 2 Mp y 5 Mp en la delantera, sensor de huella digital, puerto USB C y Google Android Nougat. Con su gama Graphite, la firma pone a disposición de los usuarios pantallas más grandes, rápida autenticación, conexión a Internet móvil de alta velocidad, rápida transferencia de datos y una rápida carga para mayor facilidad de uso en cualquier momento. Del 55 Graphite destaca su chipset Mediatek MT6737 de cuatro núcleos a 1,5 GHz, 2 Gb de RAM y 16 Gb de almacenamiento interno (ampliable hasta 128 Gb, vía microSD). www.archos.com

4 Sony Xperia XZ Premium incorpora el nuevo sistema de cámara Motion Eye de Sony, que proporciona una gran calidad de imagen y prestaciones muy avanzadas, así como la primera pantalla 4K HDR (según la firma) del mundo, de 5,5 pulgadas. La tecnología de cámara Motion Eye permite capturar y reproducir vídeos en Súper Slow Motion a 960 fps, una velocidad cuatro veces más lenta que cualquier otro teléfono. Xperia XZ Premium estará disponible esta primavera en los colores Luminous Chrome y Deepsea Black. www.sonymobile.com/es



5



7



8

5 Weimei wePlus 2 es un smartphone con prestaciones elevadas pero a un tercio del precio habitual en este tipo de dispositivos. Cuenta con características de calidad premium tales como 4 Gb de memoria RAM, un procesador Octacore a 1,8 GHz Helio P10, 64 Gb de capacidad de almacenamiento, una batería de 3.130 mAh que permite la carga rápida, cámara principal de 13 Mp y cámara frontal de 8 Mp. Con un diseño muy cuidado y atractivo, incluye Dual SIM y doble Whatsapp, y un nuevo botón Home con sensor de huella y función de deslizamiento lateral para acceder a un menú personalizable al arrastrar el botón a izquierda o derecha. Pesa 169 gramos y destaca su pantalla con resolución FullHD de 5,5 pulgadas y su superficie 2.5 D. www.weimeimobile.com

6 Huawei. Los nuevos terminales de gama alta Huawei P10 (en la imagen) y Huawei P10 Plus, con pantallas de 5,1 y 5,5 pulgadas, están equipados con cámara dual Leica 2.0 el Huawei P10 y Leica 2.0 Pro Edition el Huawei P10 Plus. Con un sensor monocromático de 20 Mp, un RGB de 12 Mp y algoritmos de fusión mejorados, estas cámaras capturan retratos artísticos de calidad con un sistema 3D de detección facial, iluminación dinámica mejoras en la tecnología para retratos, efecto bokeh natural y zoom híbrido. También cuentan con la primera cámara frontal de Leica con nuevo sensor más brillante y una mayor apertura. Están disponibles en numerosos colores, en virtud de un acuerdo con Pantone, e incorporan el procesador Kirin 960, Huawei Ultra Memory y el sistema EMUI 5.1 con sistema de antena 4x4 LTE MIMO y 2x2 WiFi MIMO para un rendimiento superior. www.huawei.com/es/

7 LG LG presentó en el MWC de Barcelona su nuevo smartphone buque insignia, el LG G6, un terminal unibody que llama la atención por su pantalla, de 5,7 pulgadas, que ocupa el 80% del cuerpo del teléfono, pero perfectamente manejable con una sola mano. La pantalla FullVision de 5,7 pulgadas QHD+ tiene una resolución de 2.880 x 1.440 y un formato de 18:9. En comparación con las pantallas convencionales de 16:9, el nuevo formato de la pantalla de LG G6 ofrece mayor espacio de visualización y una experiencia más inmersiva cuando se ven vídeos y se juega. El nuevo smartphone premium de LG también puede hacer fotos perfectamente cuadradas en formato 1:1, ideales para Instagram, Snapchat y otras aplicaciones de redes sociales. Además, los usuarios pueden elegir también otros formatos para sus imágenes, como 4:3, 16:9 y 18:9. www.lg.com/es

8 Doro 6050 es el nuevo teléfono móvil funcional de la firma, que incorpora, además de las características que son la seña de identidad de la marca sueca, una serie de mejoras que facilitarán aún más la vida a los usuarios de edad avanzada: dispone de una pantalla más grande, de 2,8 pulgadas, una cámara integrada, y está diseñado para que sea fácil de manejar, tenga el usuario 60, 70 u 80 años. Ofrece la posibilidad de personalizar la interfaz eligiendo entre alternativas que facilitan aún más la facilidad de lectura de la pantalla, o una forma de navegación más clásica. www.doro.es

9 TP-Link. La firma lanzó en el MWC su línea de smartphones Neffos, entre los que destacan Neffos X1 y Neffos X1 MAX, con superficie trasera con doble curvatura que facilita el agarre, bordes súper finos de 2,75 mm, y un cuerpo extremadamente delgado de 7,85 mm. La pantalla IPS, que ocupa un 76% del dispositivo, ofrece una alta relación de contraste, nitidez, brillo y amplios ángulos de visión, con la protección de un cristal de 2.5 D de borde curvo, e incorporan una versión personalizada de Android 6.0 Marshmallow con más de 3.000 mejoras. Los dispositivos operan sobre un chipset de ocho núcleos MediaTek con 4 Gb de RAM y 64 Gb de almacenamiento interno, además de una ranura para una tarjeta microSD con hasta 128 Gb de capacidad. Están equipados con WiFi de banda dual y soporte para voz sobre LTE (VoLTE), y múltiples frecuencias LTE para internet móvil rápido, además de sensor de huella dactilar en la parte trasera, que también es una vía para hacer selfies y desbloquea el dispositivo en 0,2 segundos. Su cámara trasera de 13 Mp es retroiluminada con flash de dos tonos y cinco lentes, y la cámara principal dispone de autoenfoco por detección de fase de tan sólo 0,2 segundos, y la batería de 3.000 mAh es compatible con la carga rápida.

www.tp-link.es

10 Nokia. HMD Global, el nuevo hogar de los teléfonos Nokia, anunció en el MWC 2017 el lanzamiento de una nueva generación de smartphones de la marca, estableciendo un nuevo estándar en el diseño, calidad y experiencia del usuario. Incluye tres nuevos teléfonos inteligentes: el nuevo Nokia 6, que ofrece rendimiento y entretenimiento inmersivo con un diseño muy atractivo y especialmente robusto; el Nokia 5, un smartphone elegante que se adapta perfectamente a la mano; y el Nokia 3, que ofrece una gran calidad a un precio asequible. La nueva gama de smartphones Nokia integra Android Nougat e integrará Google Assistant. También se presenta el retorno de un clásico moderno; el icónico Nokia 3310, renacido con un toque moderno en su diseño.

www.hmdglobal.com

11 Innjoo 4 es el nuevo buque insignia de la compañía que se lanzará el próximo mes de abril, y que fue presentado en la feria barcelonesa del móvil con la colaboración del piloto Dani Sordo. Cuenta con procesador MediaTek Helio X20 DecaCore a 2,3 Hz y Android 7.0. Asimismo, dispone de una memoria de 4 Gb de RAM y 64 Gb de ROM para ofrecer el máximo rendimiento. Dispone también de una cámara de 16 Mp y una frontal de 5 Mx para los fanáticos de los selfies. www.innjoo.com/es

12 Lenovo Moto. El nuevo Moto G5 Plus, con una velocidad aún mayor que el G5 y una cámara muy avanzada, es un dispositivo elegante y resistente, gracias a su estilizado diseño metalizado. En su cámara, los 12 Mp y su enfoque automático con tecnología Dual Pixel se unen a los 10 píxeles extra de su sensor y su apertura de f/1.7 que permiten una mayor entrada de luz. Además, añade batería de 3.000 mAh, procesador Octacore de 2.0 GHz, conectividad 4G, función Moto Display (para consultar las notificaciones sin desbloquear el teléfono), botón de navegación único, lector de huella dactilar y Google Assistant.

www.motorola.es





13 ZTE El smartphone ZTE Blade V8 posee una pantalla de 5,2 pulgadas IPS con resolución 1.080 x 1.920 FHD y equipa un procesador octacore Qualcomm Snapdragon 435. El teléfono se caracteriza por su cámara trasera dual con efecto Bokeh y toma de fotos en 3D (13 Mp + 2 Mp) y su cámara delantera de 12 Mp con flash. Su batería es de 2.730 mAh y cuenta con 32 Gb de almacenamiento interno, ampliables mediante MicroSd hasta 128 Gb, lector de huellas y 3 Gb de memoria RAM. www.ztedevice.com

14 Samsung Samsung Electronics Co., Ltd. anunció que el Galaxy S7 Edge fue reconocido por la GSMA como "Mejor Smartphone 2016" en la categoría de mejores equipos y dispositivos móviles, en los premios Global Mobile celebrados en el Mobile World Congress 2017. www.samsung.es

15 Wiko Wim cuenta con una cámara principal dual con sensor Sony, con una lente que recoge los colores y la otra los tonos blancos y negros, asociando ambos resultados para ofrecer mejor nitidez y calidad de imagen. Posee 13 Mp y flash Dual Led. Por su parte, la cámara frontal tiene 16 Mp y también incorpora flash: ambas cámaras se han desarrollado con la colaboración de Qualcomm y DxO. Permite grabar en calidad 4K e incorpora también el sistema de estabilización de vídeo Live Auto Zoom Vidhance, para hacer tomas en movimiento con la máxima definición. La pantalla del WIM es AMOLED 5,5 pulgadas con tecnología 2.5 D y resolución Full HD. El nuevo Wim está dotado, asimismo, con tecnología NFC (Near Field Communication), con la que es posible usar el teléfono para pagar, dispone de procesador Octacore Qualcomm Snapdragon 626 de nueva generación, 4 Gb de RAM, la última versión de Android (Nougat 7.0), 64 Gb de memoria interna ampliables mediante tarjeta microSD, y batería de 3.200 mAh con sistema de carga rápida. es.wikomobile.com

16 HTC. El HTC U Ultra, con su nueva y sofisticada pantalla de cristal líquido, aprende del usuario, evolucionando como su asistente personal y adaptándose al uso que cada persona hace del dispositivo gracias al HTC Sense Companion2. Además cuenta con pantalla Corning Gorilla Glass de 5,7 pulgadas, Android 7.0, procesador Qualcomm Snapdragon 821 Quadcore a 2,15 Ghz, 64 Gb de ROM y 4 Gb de RAM y microSD hasta 2 Tb. Tiene con una nueva pantalla de cristal líquido, con contornos en 3D y estructura simétrica, brillante y de cristal curvado. www.htc.com/es



17



18



19

17 Energy Sistem. Entre las novedades de este año de la firma destaca el nuevo Energy Phone Pro 3, un smartphone con pantalla de 5,5 pulgadas IPS Full HD, con doble cámara trasera de 13 Mpx, retoque de imágenes, detector de huellas, cristal de alta resistencia Dragontrail, procesador ARM Cortex A53 a 1,5 GHz Octacore y cuerpo de metal. www.energysistem.es

18 Haier. Disponible en los colores de moda (oro rosa, oro, gris y plata) en un delgado cuerpo metálico (7,8 mm), Leisure L7 está equipado con una completa pantalla de 5,5 pulgadas FHD (1.920x1.080 píxeles, 403 PPI) táctil 2.5 D y un potente procesador Snapdragon 430 64 bits Octacore a 1,4 Ghz. Con una cámara principal de 13 Mp con doble flash y una cámara frontal de 5 Mp, cuenta con 32 Gb de memoria y 3 Gb de RAM. Equipado con lector de huella dactilar que permite a los usuarios desbloquear el dispositivo en un instante, el L7 también dispone de una doble tarjeta SIM para uso personal y profesional, tecnología de carga rápida 3.0 (9V 2A) para recargar su batería de 3.000 mAh con puertos USB tipo C, y tecnología de sonido DTS. www.haier.es

19 Cellularline presenta Antenna, como resultado de una colaboración con Antenna79, una compañía americana que produce herramientas destinadas a mejorar la conectividad de los dispositivos. Permite la extensión de la antena del smartphone y la mejora de la recepción de señal con sólo utilizar la carcasa del dispositivo. Mediante la apertura de la tapa se puede obtener la máxima extensión de la antena y la zona de recepción, capturando la señal cuando es particularmente débil, lo que reduce la búsqueda continua de la señal. La carcasa, calibrada y probada con las tres principales bandas LTE europeas (Banda 3GSM LTE, Banda 71LTE FDD, Banda 20LTE), aumenta la recepción de la señal hasta un 57%. www.cellularline.com

Climatización y Refrigeración 2017 supera las expectativas

La feria, celebrada en IFEMA del 28 de febrero al 3 de marzo, recibió 49.935 visitantes profesionales de 82 países



La edición 2017 de Climatización y Refrigeración cerró sus puertas a primeros de marzo con un balance muy positivo y superando todas las expectativas de la organización. La edición de este año congregó más empresas, más contenidos y más actividades, como reflejo de un sector en crecimiento y un mercado en progresiva reactivación.

Esta cita comercial de los sectores de aire acondicionado, calefacción, ventilación, frío industrial y comercial, reunió las novedades en equipos y soluciones de cerca de 700 marcas -360 empresas de 24 países como expositores directos- y recibió 49.935 visitantes profesionales de 82 países. Estas cifras revalidan su capacidad de convocatoria y confirman a C&R como la gran feria de referencia internacional en nuestro país.

Especialmente relevante fue, también, el alcance nacional de esta edición que recibió profesionales de todas las regiones españolas. En este sentido, hay que señalar

que los visitantes de Madrid supusieron el 34% y que el resto de visitantes nacionales representaron el 56%, con una especial presencia de profesionales de las Comunidades Autónomas de Andalucía, Cataluña y Valencia, por este orden.

En cuanto a los visitantes extranjeros, que sumaron el 10% del total, procedían de 82 países, entre los que destacan Portugal, Italia, Francia, China, Alemania y Marruecos.

Desde IFEMA destacan la elevada cualificación profesional de los visitantes, el 21% de los cuales correspondió a representantes de empresas instaladoras. El canal de distribución supuso el 16% del total de empresas y profesionales asistentes; las firmas de arquitectura, constructoras y promotoras inmobiliarias, el 13%, y las ingenierías, el 11%.

De forma paralela a la exposición comercial, también se celebró con gran éxito de convocatoria un programa

de actividades, presentaciones y talleres. En este contexto, el programa de conferencias y presentaciones FORO C&R desarrolló cuatro sesiones plenarias sobre “Soluciones prácticas en el diseño de un edificio de energía casi nula; Bomba de calor: energía natural + temperatura perfecta; La importancia de la ingeniería en la gestión de los activos en su ciclo de vida; y la Utilización de refrigerantes naturales y fluorados según tipo de aplicaciones, funcionamiento y eficiencia”. También hubo más de 60 conferencias de temática libre. El foro reunió a 1.600 asistentes.

Por su parte, el Taller TAC y Taller de Refrigeración, dos actividades orientadas a promover las mejores prácticas en el ámbito de la instalación, congregaron aproximadamente a 4.000 asistentes.



Además, la Galería de Innovación de C&R presentó, como en cada edición, un auténtico escaparate de vanguardia a través de la selección de 12 propuestas en equipos y soluciones que ofrecieron una interesante perspectiva de la I+D+i sectorial y de los avances que vienen marcando la evolución de esta industria. Todo ello con el foco de atención en la eficiencia, el confort y el cuidado del medio ambiente.

www.ifema.es/climatizacion_01



Disfruta Di4,
disfruta del
tiempo libre.



B&B TRENDS, S.L.
C. Cataluña, 24 P.I. Ca N'Óller 08130 Santa Perpètua de Mogoda (Barcelona)
España C.I.F. B-86880473 info@bbtrends.es



www.di4.eu



Daikin

La firma expuso en la feria sus novedades de producto para 2017 en aire acondicionado, calefacción, refrigeración, sistemas hidráulicos y sistemas de control para el ámbito doméstico, comercial e industrial. Aquí recogemos las novedades para el segmento doméstico.

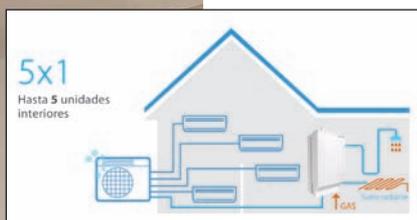
www.daikin.es



Emura II R32. Con un SEER de hasta 8.58 (A+++) y un SCOP de hasta 4.60 (A+++), se trata de las unidades más eficientes del mercado en su clase. El refrigerante R-32 reduce en un 68% el Potencial de Calentamiento Global del sistema



Serie M R32. Esta bomba de calor, de diseño sencillo y elegante, ofrece un aire puro, libre de alérgenos y bacterias, gracias a su tecnología Flash Streamer. Está equipada con control WiFi (opcional) para su manejo vía tableta o smartphone y funciona con R-32, el refrigerante de nueva generación que reduce el impacto medioambiental y aumenta la eficiencia energética de los equipos. Presenta eficiencia energética (A+++) y cuenta con un sensor inteligente de doble función para un mayor ahorro de energía.



Sistema Multi Split Inverter R-32 con producción de ACS Híbrida.

En combinación con un módulo híbrido bomba de calor y caldera de gas para producción de ACS CHYHBH-AV32, está compuesto por una unidad exterior con posibilidad de conexión a 5 unidades interiores junto con el módulo híbrido. Ideal para viviendas de 2 o más dormitorios que necesiten agua caliente, tanto para ACS como para calefacción a través de radiadores de baja temperatura o suelo radiante y refrigeración mediante unidades de pared. El refrigerante R-32 proporciona mayor rendimiento y un impacto ambiental inferior al r410A, reduciendo un 86% el Potencial de Calentamiento Global del sistema. Las unidades interiores compatibles con este sistema son Emura II y Serie M.

En combinación con un módulo híbrido bomba de calor y caldera de gas para producción de ACS CHYHBH-AV32, está compuesto por una unidad exterior con posibilidad de conexión a 5 unidades interiores junto con el módulo híbrido. Ideal para viviendas de 2 o más dormitorios que necesiten agua caliente, tanto para ACS como para calefacción a través de radiadores de baja temperatura o suelo radiante y refrigeración mediante unidades de pared. El refrigerante R-32 proporciona mayor rendimiento y un impacto ambiental inferior al r410A, reduciendo un 86% el Potencial de Calentamiento Global del sistema. Las unidades interiores compatibles con este sistema son Emura II y Serie M.

Mitsubishi Electric

La Serie Impulsa y la Serie MSZ-LN son las novedades más destacadas de la gama doméstica de Mitsubishi Electric, que estuvo presente en la pasada edición de la feria Climatización.

www.mitsubishielectric.es/aire-acondicionado/

Serie Impulsa. La nueva serie Impulsa ha sido desarrollada para ofrecer la tecnología más avanzada al alcance de todos los presupuestos. Es una serie compuesta por dos unidades: la MSZ-DM (25/35) para las capacidades inferiores y la MSZ-HJ para las capacidades más grandes (50/60/71). Entre sus prestaciones figuran el modo Eco-no Cool, un sistema inteligente de control de la temperatura que optimiza el funcionamiento de la unidad mediante una secuencia de oscilación de las lamas que ajusta el flujo de aire distribuido en la sala, en función de la temperatura de salida del aire. De esta forma, se consigue un ahorro energético de un 20% con la misma sensación de confort.

Con un nivel sonoro de 22 dB, las unidades MSZ-DM cuentan con un filtro ionizado que captura las bacterias, el polen y otros alérgenos para neutralizarlos, obteniendo un aire limpio y puro. Por otra parte, las unidades MSZ-HJ cuentan con un filtro capaz de atrapar el polvo del aire. En cuanto a conectividad, la unidades MSZ-DM son compatibles con el servicio MELCloud que permite controlar el aire acondicionado a través de un smartphone.



Serie MSZ-LN. La serie MSZ-LN es el equipo de aire acondicionado para uso doméstico más avanzado de Mitsubishi Electric. La unidad representa un concepto de aire acondicionado que combina innovadoras prestaciones con un diseño vanguardista. La nueva serie puede funcionar tanto con refrigerante R410A como con refrigerante R32. Cuenta con la calificación energética A+++; incorpora nuevo Plasma Quad, un potente filtro antialergias; 3D I-See Sensor, un sensor de temperatura corporal con detección de presencia; y control WiFi de serie, entre otras características.





Eurofred En un stand de más de 400 m², Eurofred presentó en la feria Climatización y Refrigeración, C&R 2017, un universo de eficiencia, diseño e innovación con sus marcas Fujitsu, General, Daitsu, Clint y Aquatermic, productos y servicios para climatización residencial, comercial e industrial y calefacción. Destacamos las novedades de Fujitsu y Daitsu para el mercado doméstico.

www.eurofred.es

Fujitsu. Fujitsu rompe las reglas de la climatización con el sistema Nocría X que dispone de un sistema de triple ventilación, frontal y lateral, que produce una suave brisa, silenciosa y saludable, que permite acondicionar cualquier estancia de manera natural, sin corrientes de aire. Además, incorpora el nuevo refrigerante R32 más eficiente y respetuoso con el medio ambiente, ya que presenta propiedades termodinámicas superiores que permiten que se caliente y se enfríe de forma más rápida, requiriendo una menor cantidad de refrigerante. Nocría X fue uno de los 12 equipos y soluciones seleccionados para formar parte de la Galería de Innovación de la feria C&R, de entre todas las propuestas presentadas.



Nocría X.

También con gas refrigerante R32 y máxima eficiencia energética A+++, Fujitsu mostró su nuevo Split ASY25UI-KG/ ASY35UI-KG, así como el nuevo diseño de las unidades de pared Serie LLCE&LMC.

Daitsu. Todos los sistemas que componen la oferta de Daitsu para este 2017, como Daitsu Air, Daitsu Air 2x1 o el nuevo sistema Daitsu Liberty (2x1/3x1/4x1) incluyen la posibilidad de incorporar WiFi en sus unidades inferiores. Durante la feria se pudieron ver y programar los sistemas con el nuevo dispositivo. También de Daitsu se presentaron los nuevos modelos Daitsu Dehumidifier y Daitsu Purifier.



Daitsu Air.



Daitsu Purifier.



Daitsu Dehumidifier.

Hisense

En la feria Climatización 2017, Hisense Iberia presentó sus diferentes modelos de Splits y portátiles de aire acondicionado, que destacan por su diseño cuidado y elegante, que permite que sean un objeto de diseño más en las estancias en la que se encuentran. Pero no sólo esto, la funcionalidad y la eficiencia energética son otros dos puntos clave por los que apuesta Hisense en sus modelos domésticos.

www.hisense.es



Silentium. Con la Serie Silentium, Hisense lanza al mercado un aire acondicionado equipado con un ventilador más silencioso, que lo hace más discreto en pleno funcionamiento. Con sólo 16.5 dB de sonoridad, está equipado con tecnología Full Inverter, un display oculto led y presenta cuatro niveles de temperatura. La Serie Silentium es una opción elegante y eficiente, ya que cuenta con la certificación energética más alta A+++/A+++ . Todo esto, con 5 años de garantía. Está disponible con potencias de frío y calor de 3.010 Frig / 3.440 Kcal y de 2.235 Frig / 2.752 Kcal. Presenta conectividad WiFi.

Apple Pie. La Serie Apple Pie encaja en todo tipo de estancias y destaca por su función súper velocidad, que permite ambientar la sala en poco tiempo. Además, Hisense ha creado este aparato con la intención de

facilitar las tareas de mantenimiento y limpieza, y es por eso que, tanto el panel como los filtros PP son muy fáciles de desmontar y limpiar. La Serie Apple Pie cuenta con la certificación energética A++ / A+ y 5 años de garantía. Está disponible con potencias de frío y calor de 2.924 Frig / 3.440 Kcal y de 2.235 Frig / 2.322 Kcal. Presenta conectividad WiFi.



Portátiles. El nuevo Deshumidificador de Hisense está pensado para las estancias más húmedas del hogar. Viene equipado con una válvula de agua integrada para evacuación de líquido y está diseñado para que su traslado de un punto de la sala a otro sea fácil y cómodo. Para facilitar su uso, el Deshumidificador tiene un display con botones grandes y un interfaz sencillo e intuitivo. .



3



4



3 Gree. Uno de los mayores fabricantes mundiales de máquinas de aire acondicionado, la firma china Gree, participó en la feria con su filial propia, presentando sus novedades para 2017 en climatización doméstica, comercial e industrial. En gama doméstica destacan equipos como U-CROWN, un split con eficiencia A+++ con un SEER de hasta 7.50 y SCOP de 5.1, que permite reducir el consumo eléctrico sin sacrificar el confort. La serie U-Crown ofrece además tecnología WiFi de serie. Destaca también en esta gama la nueva serie Lomo+ de splits murales de dimensiones contenidas con refrigerante R32, y el sistema portátil Shiny, también con refrigerante R32, con modelos solo frío o con bomba de calor e incluso con control vía WiFi. www.greeproducts.es

4 AUX. El fabricante chino de equipos de climatización, Grupo AUX, estuvo presente en Climatización 2017 de la mano de su filial AUX Spain, con productos como la serie ASW-QC, un split de pared inverter con SCOP 4.0 y SEER A++ con opción de control por WiFi. La comercialización de los productos de la marca para el canal electro será a través de Salvador Escoda. www.auxspain.es

5



6

5 Johnson. De la mano de la firma valenciana Electra Air Solutions, S.L., estaba la clásica marca de climatización, Johnson, con productos como su split Élite 1x1 DCH, equipado con tecnología DC Inverter y compresor rotativo de ondas senoidales. Con SEER 6.1/6.5 A++ y SCOP 5.1/5.3 A+++, estos equipos disponen de filtros fotocatalíticos y antibacterianos, resultan fáciles de instalar y son compatibles con multisplit. Además, pueden ser controlados a través de dispositivos móviles como smartphones y tabletas. www.electraairsolutions.com

6 Tecna. La firma expuso en Climatización y Refrigeración 2017 sus equipos de calefacción, ventilación, climatización, humidificación, recuperación y eficiencia energética, dirigidos tanto a instalaciones industriales, como comerciales y residenciales. La empresa, que este año cumple sus primeros 20 años de actividad en el mercado, contó con un stand de 215m² en el que tuvo un espacio especial para Repsol, importante partner con el que cerró un acuerdo hace varios meses con el fin de potenciar en España y Portugal el consumo de GLP (Gas licuado del petróleo), a través de sus productos a gas. En las imágenes, el stand de la firma en la feria y los acondicionadores portátiles Tecnatherm, con características como las funciones de enfriamiento, deshumidificación y ventilación (Modelo CUTEE) y hasta la Bomba de Calor (Modelo LAFFIS). www.tecna.es



Russell Hobbs

At the heart of your home

Espirales de sabor!

Come sano, de forma divertida y presenta tus platos como un chef



ULTIMATE SPIRALIZER

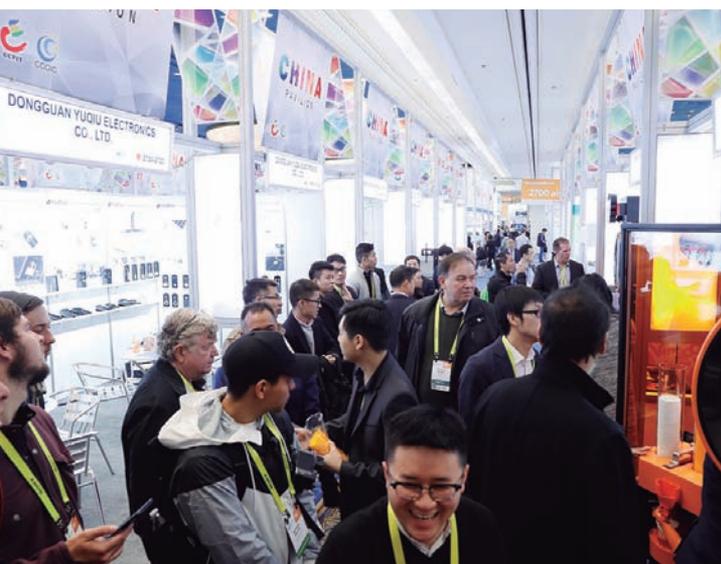


www.russellhobbs.es



CES Las Vegas 2017: 50 años llenos de futuro

5G, coches, ropa, salud, deportes y viajes conectados, smart cities, robótica e inteligencia artificial se citaron en Las Vegas



CES2017.

CES2017, que cumplía su 50 aniversario, cerró sus puertas el pasado 8 de enero tras la presentación de multitud de productos innovadores y habiendo ofrecido grandes oportunidades de negocio.

Buenas cifras

Con más de 3.800 empresas expositoras y un espacio expositivo de más de 792.480 m² netos, distribuidos en 24 áreas de exposición específicas, CES2017 resultó un récord, congregando a las compañías más grandes del mundo además de albergar a más de 600 startups en el Eureka Park Marketplace. Más de 175.000 profesionales de la industria, entre ellos 55.000 procedentes de fuera de EE.UU, se reunieron en Las Vegas para impulsar la industria tecnológica mundial. Con participantes de más de 150 países, más de 100 delegaciones nacionales oficiales, y más de 6.500 miembros de los medios de comunicación presentes, CES2017 obtuvo una cobertura

mediática mundial. La feria también recibió un gran impulso de las redes sociales, con cerca de 1,4 millones de menciones con el hashtag #CES2017.

CES Las Vegas 2017 fue la edición número 50 de esta feria. Lo que empezó como una exposición de productos de electrónica de consumo, se ha convertido actualmente en evento multisectorial en el que participa un amplio número de industrias que forman parte del ecosistema de la innovación tecnológica a nivel mundial, como son los sectores de contenidos audiovisuales, automoción, deporte, salud, comercio minorista y educación; todos ellos contaron con espacios próximos de exposición este año.

Lo más destacado

La feria mostró el futuro conectado de la tecnología: la conectividad estaba en todas partes en CES2017, en casi todas las categorías de producto, desde autoconducción y ciudades inteligentes hasta salud digital y 5G, y tuvo también una presencia importante en todas las conferencias.



CES2017.



EL SILENCIO HABLA DE COSAS IMPORTANTES.
EL NUESTRO DE BELLEZA.



El aire es capaz de hacer que un
velo de seda vuele. Pero los
Splits DC inverter de Fujitsu son
capaces de hacer que baile.

CUANDO HABLA EL SILENCIO

FUJITSU
el silencio

Pero CES2017 también tuvo un espacio para los concursos, incluyendo los premios Best of CES, presentados por Engadget, y el Mobile App Showdown, presentado por Living in Digital Times. Las semifinales de Extreme Tech Challenge (XTC) de Richard Branson también regresaron al CES.

Conferencias

Entre las conferencias más destacadas de CES 2017, hay que citar la impartida por el CEO de Qualcomm, Steve Mollenkopf, que presentó el futuro 5G, un nuevo tipo de red con una escala, velocidad y complejidad sin precedentes. “5G será el punto de inflexión que se basa en LTE y, finalmente, permita el IoT”, dijo Mollenkopf. Durante el parlamento, Qualcomm presentó el Snapdragon 835, el primer procesador móvil de 10 nanómetros que puede ofrecer una vida útil prolongada de la batería, seguridad incorporada, autenticación basada en los ojos, audio seguro, aprendizaje en máquinas y experiencias inmersivas.

“Los automóviles de conducción propia: Nuevas reglas de la carretera”, fue moderada por el reportero tecnológico de USA Today, Mike Snider, que comentó con los altos ejecutivos de BlackBerry, Intel y Mobileye cómo un enfoque colaborativo entre los fabricantes de automóviles, los desarrolladores de hardware y software está impulsando el ritmo rápido de la innovaciones en autoconducción. Los panelistas estuvieron de acuerdo en que para alcanzar el objetivo esperado de tener automóviles autodirigidos en 2020, la industria necesita resolver completamente la convergencia de IoT y la inteligencia artificial.



Steve Mollenkopf, CEO de Qualcomm.

Para acabar, en “Las oportunidades para la economía global de la innovación”, los CEOs de Flex, Ford e Intel hablaron de cómo las empresas de tecnología de consumo están aprovechando su poder para construir marcas globales y avanzar la innovación en un mundo que cambia rápidamente.

600 startups

Eureka Park, el área específica para estas firmas (cuyo número fue aproximadamente un 16% mayor que en la edición 2016) se creó en 2012 y ha acogido desde entonces ya a más de 2.000, que lograron financiación por más de 1.000 millones de dólares. En total, este año el espacio congregó a 600 compañías, un 15% de las 3.800

50 años de CES

La recientemente finalizada CES Las Vegas ha destacado porque con ella se conmemoraba el 50 aniversario de esta cita ferial tecnológica. Durante este medio siglo, la feria se ha convertido en uno de los acontecimientos internacionales más importantes para el lanzamiento y presentación de los productos más innovadores de la industria tecnológica.

Las cifras de esta edición (3.800 expositores que, procedentes de 150 países, ocuparon una superficie de más de 792.480 m², y la asistencia de más de 175.000 visitantes, de los cuales más de 55.000 procedían de fuera de EE.UU.) significan una evolución importante si se comparan con las de la primera edición de CES en 1967, que tuvo lugar en Nueva York y fue impulsada por Jack Wayman, presidente y CEO de CEA, nombre en aquel momento de la actual CTA. Entonces participaron 117 empresas, asistieron 17.500 personas y los productos estrella fueron transistores de radio domésticos,

equipos de sonido estéreo y los mejores televisores en blanco y negro. Entre los participantes estaban algunas de las compañías que hoy siguen siendo referentes en sus mercados como 3M, Motorola (integrada en Lenovo), Philips, Panasonic, Toshiba, Westinghouse o Zenith (hoy parte de LG).

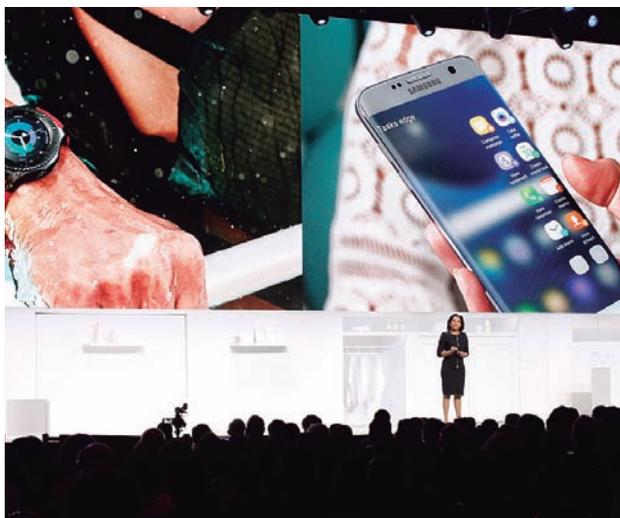
Durante estos años, CES Las Vegas ha sido el lugar elegido para presentar más de 700.000 nuevos productos, entre ellos algunos de los más revolucionarios en el terreno de la electrónica y la tecnología de consumo, como el vídeo doméstico (1970), el DVD (1996), la radio digital (2000) o los grabadores de Blu-Ray (2002). Más recientemente, CES ha impulsado el crecimiento y desarrollo de mercados y tecnologías pioneras como impresión 3D, coches autónomos, drones, televisores y productos con pantallas 4K, o wearables.

Esta feria también ha sido el evento elegido por nuevas empresas, hoy líderes mundiales, como Microsoft, Apple, Intel, Google y Samsung, para presentar sus nuevos desarrollos.

empresas que participaron en la feria, de las cuales la mitad procedían de fuera de EE.UU, de 30 países diferentes, entre ellos España. CTA, patronal norteamericana del sector TIC y organizadora de CES, convirtió Eureka Park en un área de referencia dentro de la feria y en una herramienta muy útil para las startups tecnológicas a la hora de potenciar su marca, establecer contactos y conseguir fondos para su desarrollo y crecimiento.

En esta área se presentaron algunas de las novedades e innovaciones más interesantes en los campos de las tecnologías para el deporte, wearables, hogares inteligentes y realidad virtual. En años anteriores, fue el escaparate, por ejemplo, para fabricantes de impresoras 3D o drones para el mercado doméstico, antes de que estos mercados despegaran y tuvieran zonas de exposición propias en CES.

Para Gary Saphiro, presidente y CEO de CTA, “las startups representan el corazón y el alma de la innovación. Trabajan desde abajo, muchas veces en malas condiciones, para hacer realidad sus sueños y lanzar productos, servicios o apps que cambiarán el mundo. En CES



Sueño conectado

CES 2017 contó con una nueva área de exposición dirigida específicamente a las tecnologías aplicadas al sueño, denominada Sleep Tech. En ella, se pudieron ver los últimos avances para optimizar los dormitorios y favorecer el descanso, así como para ofrecer información sobre los patrones y necesidades del sueño.

La Consumer Technology Association (CTA), organizadora de la feria, contó para este nuevo espacio con la colaboración de la National Sleep Foundation (NSF) de Estados Unidos. Entre las principales novedades mostradas en Sleep Tech destaca-



ayudamos a que estos sueños puedan ser verdaderos y mostrar las mayores innovaciones”.

Principales novedades

Tras el éxito cosechado por el producto en Corea, Samsung presentó en CES2017 su primer equipo de aire acondicionado de pared con tecnología Wind-Free, el climatizador AR9500M, que integra en su diseño esta exclusiva tecnología de refrigeración, que evita corrientes de aire y proporciona un clima de interior más frío y una eficiencia energética óptima. Asimismo, se anunció la nueva categoría de producto de la compañía coreana, el QLED TV (con las series Q9, Q8 y Q7), que tiene su principal atractivo en la calidad de imagen; según Samsung, QLED TV es capaz de reproducir por primera vez en el mundo el 100% del espectro de color, gracias a la tecnología Quantum Dot.

También en el apartado de televisores, destacó, entre otros, el Dual Color 4K Laser Cast de Hisense. Dotado de Dual Illuminant, este TV presenta, según la firma, un nivel de color abundante y rico y un brillo de hasta 360 nits, comparable con TVs de alta gama LCD, o incluso superior y con una muy buena relación calidad-precio. Su gama de colores está clasificada en 110% NTSC, mucho mejor rango que un televisor normal, que normalmente cuenta con un 72% NTSC.

Para acabar este apartado, Panasonic presentó en la feria el primer televisor OLED 4K PRO compatible con

ron diferentes productos y servicios relacionados con sistemas de monitorización del sueño, alarmas silenciosas, sistemas de iluminación de dormitorios para mejorar el descanso, equipos de ruido blanco para ayudar a dormir y camas inteligentes, que se adaptan a las posturas de cada tipo de usuario para optimizar la relajación del cuerpo y facilitar un sueño de mejor calidad y más reparador.

Según la NSF, la falta de sueño es un problema habitual ya que, de manera general, se descansan menos horas de las aconsejables, lo que repercute directamente en el aumento del estrés, del dolor crónico y el envejecimiento prematuro.



HDR del mundo, según la firma, que también es capaz de procesar imágenes de calidad profesional. El nuevo televisor EZ1000 destaca por el gran potencial de contraste y de color de la última tecnología en pantalla OLED, dando como resultado imágenes de una gran precisión y belleza. Además, para ofrecer la máxima calidad de audio, los altavoces dinámicos que incorpora han sido calibrados por los ingenieros de la conocida marca de audio Technics.

Pasando a la sección de vida conectada, la tecnología LG Deep Learning, que la multinacional coreana mostró en CES 2017, analiza el estilo de vida de los usuarios y hace que los electrodomésticos entiendan mejor sus necesidades y faciliten su día a día. LG presentó en CES también PAE, en concreto sus nuevos aspiradores sin cables de mano y de trineo, que cuentan con un motor Smart Inverter, Axial Turbo Cyclone y un diseño ergonómico para una gran potencia de succión y mejor usabilidad. También, TP-Link presentó Deco, una nueva línea de sistemas WiFi para el hogar, que da respuesta a la demanda de conexiones más fiables y rápidas, debido al creciente número de dispositivos conectados.

Asimismo, y en lo que a informática se refiere, TP-Link mostró en la feria todo lo que el usuario necesita para crear una vida más conectada, sencilla y divertida.

CES Asia

Ya en su tercer año, CES Asia 2017 se desarrollará del 7 al 9 de junio en Shanghai (China), y mostrará las últimas innovaciones de

marcas globales y de prometedoras startups.

Las empresas interesadas en solicitar la exhibición pueden encontrar más detalles en CESAsia.com.



El visitante pudo ver los últimos routers y los accesorios de Smart Home más modernos. Lenovo, por su parte, exhibió en Las Vegas las novedades de la familia ThinkPad X1, los convertibles Miix 720, la gama de portátiles Lenovo Legion, y las soluciones Lenovo Smart Assistant, Lenovo Smart Storage y Lenovo 500 Multimedia Controller. Y para finalizar, Western Digital Corporation dio a conocer la primer tarjeta microSD del mundo, según la firma, que cumple con los requerimientos Application Performance Class 1 (A1) de las más recientes especificaciones SD 5.1 de la SD Association; con el cumplimiento del estándar de rendimiento A1, la tarjeta SanDisk Ultra microSDXC UHS-I de 256 Gb, Premium Edition, proporciona capacidad, velocidad y mayores posibilidades para conseguir una mejor experiencia con los smartphones.

La CTA emitirá las cifras finales de asistencia al CES 2017 después de la auditoría independiente de la feria a finales de esta primavera. El CES regresará a Las Vegas del martes 9 de enero al viernes 12 de enero de 2018.



sonitrón

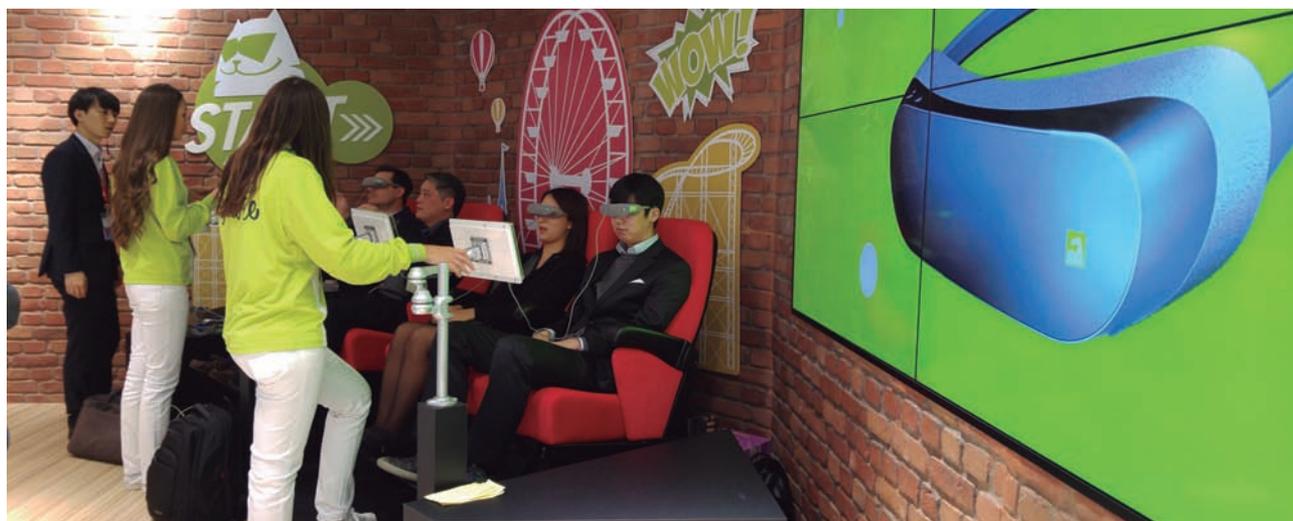


Conéctate

www.sonitron.net

Más de 70 profesionales, en el Market Update de Melco y AECOC

La jornada tuvo lugar el pasado 14 de febrero en Madrid



Usuarios en una demostración de realidad virtual.

Aude Business Events, empresa organizadora del certamen Melco, en colaboración con AECOC, la Asociación de Empresas de Gran Consumo, celebraron el pasado 14 de febrero en Madrid, la jornada Market Update – Melco, en la que se dieron cita más de setenta profesionales del canal electro.

La sesión se estructuró en tres ponencias que abordaron diferentes aspectos relacionados con el sector. La primera de ellas corrió a cargo de Elena Toribio, Business Manager Consumer Choices de la consultora GfK, que presentó los datos de mercado correspondientes al ejercicio 2016, y avanzó algunas tendencias de cómo será la evolución del mercado para 2017.

Conectividad

A pesar que las cifras generales muestran un resultado plano, los datos de GfK confirman la tendencia de que todos los productos que incorporan la conectividad como factor diferencial son los que presentan unos porcentajes de crecimiento más relevantes en los dos últimos años.

Conectividad, realidad virtual y la nueva era digital protagonizaron los contenidos de las sesiones del pasado Melco Update 2017

Realidad Virtual

Por su parte, Elena Montañés, Country Manager para España y Portugal de la consultora Context, habló de los resultados de un estudio realizado a nivel europeo sobre realidad virtual. Además de analizar el creciente interés por la realidad virtual en entornos profesionales, el estudio realiza un análisis sobre intenciones de compra de los usuarios no profesionales, que demuestra el potencial que la categoría tiene para los puntos de venta. El núcleo de potenciales usuarios aumenta día a día, de la misma forma que lo hace el número de gamers y también el presupuesto que los mismos dedican a la compra de los equipos y sus componentes.

A pesar de que uno de cada diez encuestados está convencido de que la RV tiene potencial para revolucionar la forma en que vivimos, un 79% de los encuestados en España no entiende lo suficiente sobre su funcionamiento y características, en especial en lo referente a sus aplicaciones en ámbitos como la educación o la medicina. Además, casi un 50% de los usuarios españoles considera que los dispositivos de realidad virtual son demasiado caros y un 57% considera que todavía es pronto para adquirirlos.

Según el informe de Context, la principal barrera de entrada para la compra de estos dispositivos es la percepción de la realidad virtual como una actividad antisocial (36,7%). Le siguen el coste derivado para su compatibilidad con sus equipos y ordenadores (34,5%) y el coste del dispositivo en sí (23,6%). Este último factor es, en cambio, el más mencionado a nivel europeo, con un 39,3%.

Para finalizar, Pablo Focillas, lecturer del IESE Business School, reflexionó sobre el impacto de la digitalización en los mercados y la irrupción de los nativos digitales en el mundo de la empresa.

Ante un foro altamente interesado en el tema, la sesión se convirtió en un dinámico coloquio donde los asistentes intercambiaron sus opiniones con el ponente y confirma-

Pablo Focillas.



máxima calidad sobre la evolución de los mercados en un entorno cada día más digital.

La edición 2017 de Melco, el Club de Negocios de la electrónica de consumo, tendrá lugar en el Palacio de Congresos de Zaragoza los próximos 6 y 7 de junio. Se esperan más de 80 marcas que mantendrán más de 1.300 reuniones de negocio con cerca de 140 responsables de compra de las enseñas más importantes del canal retail en la Península Ibérica.

www.melco2017.com

EL EVENTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y PAE PARA EL CANAL DE CONSUMO

Melco

BUSINESS CLUB

MUEVE FICHA

2017 ZARAGOZA
6-7 JUNIO PALACIO DE CONGRESOS

www.melco2017.com

Un evento de:
AUDE
Business Events

108.000 asistentes en otro año récord del Mobile World Congress

El MWC 2017 consiguió un aumento de visitas del 7% con respecto al año anterior, según la GSMA

Visitantes de 208 países y territorios de todo el mundo asistieron al Mobile World Congress, que se celebró en la Fira Gran Vía y Fira Montjuïc de Barcelona del 27 de febrero al 2 de marzo. La exposición acogió a más de 2.300 empresas expositoras tanto del ecosistema móvil como de industrias adyacentes (automoción, finanzas, asistencia sanitaria...), mientras que el programa de cuatro días de la conferencia consistió en 11 sesiones principales y muchas más dedicadas a temas específicos de la industria. También hubo un número récord de delegaciones gubernamentales en el Programa Ministerial, además de varios eventos nuevos organizados por primera vez este año. El tema de esta edición fue Mobile: The Next Element, “que refleja el papel fundamental del móvil en la vida de miles de millones de personas en todo el mundo”, según John Hoffman, CEO de la GSMA.



Más del 55% de los asistentes al Mobile World Congress de este año ocupaban puestos de alto nivel, incluidos más de 6.100 directores generales. Aproximadamente 3.500 analistas internacionales de medios y de la industria asistieron para divulgar sobre los muchos anuncios significativos de la industria hechos en el congreso. Aproximadamente el 23% de los asistentes eran mujeres, con el número de participantes femeninas aumentando un 14% con respecto al

pasado año y creciendo al doble de la tasa de la base de asistentes en general. Un análisis económico independiente preliminar indica que el MWC 2017 habrá contribuido con más de 465 millones de euros y más de 13.200 empleos a tiempo parcial.

Las sesiones principales contaron con la participación de representantes de diversas empresas y organizaciones, y la exposición principal en Fira Gran Vía cubrió 115.000 m². 4 Years From Now (4YFN) y los acontecimientos del festival móvil de la juventud (YoMo) ocuparon 50.000 m² de espacio en Fira Montjuïc. La principal exposición contó con algunos de los nombres más destacados en la industria móvil y más allá, incluyendo AOL, BMW, Cisco Systems, Deutsche Telekom, DJI, Ericsson, Ford, Google, Hewlett Packard Enterprise, HTC, Huawei, Lenovo, LG, Mercedes-Benz, Microsoft, NEC, Soluciones y Redes Nokia, Oracle, Orange, Peugeot, Philips Lighting, Qualcomm Incorporated, Samsung Electronics, SAP, SEAT, Sony Mobile, Telefónica, Verizon, Vodafone y ZTE.

Este año se inauguró también la exposición NEXTech, ubicada en el pabellón 8, que mostró una gama de empresas innovadoras y tecnologías disruptivas, desde realidad virtual / realidad aumentada y robótica hasta computación cognitiva, inteligencia artificial y más. El pabellón ofreció varios pabellones y zonas incluyendo la Drone Zone, la Graphene Experience Zone, el IoT Pavilion y el NEXTech Pavilion, incorporando VR / AR, robótica e IA.

Programa ministerial y Mobile Tech Show en la Innovation City

También fue otro año de récord de asistencia al Programa Ministerial de la GSMA, que reunió a gobiernos, reguladores y líderes de la industria para fomentar el diálogo sobre una variedad de asuntos normativos y políticos. El evento de este año registró un número cada vez mayor de delegados de industrias adyacentes, como las finanzas y la asistencia sanitaria, lo que refleja el alcance y



el impacto global del móvil. Hubo delegaciones de 167 países y organizaciones internacionales presentes en el Programa Ministerial, incluidos 60 ministros y 78 jefes de autoridades reguladoras. El número total de asistentes aumentó un 14% desde el año pasado, hasta casi 1.700. El Programa se centró en maximizar el impacto socioeconómico positivo de los móviles en el mundo y en crear una normativa que fomente la inversión y la innovación.

Trasladada a un nuevo y destacado lugar en el Pabellón 4 para 2017, la Innovation City GSMA mostró una gama de productos y servicios de vanguardia. Los asistentes visitaron la City para interactuar con las demostraciones de 5G, Internet de las Cosas (IoT), soluciones de seguridad e identidad, e incluso un sello conectado que contaba la historia del Internet de los Mares. Los participantes incluyeron a AT & T, Cisco Jasper, Huawei, KT Corporation, Sierra Wireless y UNLIMIT impulsado por Reliance.

La Innovation City también ofreció el Mobile for Development Rural Village para mostrar tecnologías móviles que están transformando la vida de los agricultores y las comunidades rurales. Los asistentes pudieron interactuar con una gama de soluciones innovadoras para los desafíos cotidianos, desde la previsión meteorológica, la irrigación inteligente y la energía solar, hasta el gas para cocinar, la salud móvil y el dinero móvil.

Start-ups, 4YFN, Women4Tech y YoMo

Ubicado en el recinto de Fira Montjuïc, el evento 4YFN se celebró junto al Mobile World Congress por cuarto año consecutivo. Se trata de un foro para que la comunidad de start-ups tecnológicas se conecte con mentores expertos, grandes corporaciones e inversores. Este año atrajo a aproximadamente 19.000 asistentes, un 60% más que la edición 2016. El programa 4YFN ofreció una exposición, sesiones de la conferencia, talleres, reuniones del inversionista, competiciones y actividades de networking.

Otra nueva iniciativa para la edición 2017 del Mobile World Congress fue Women4Tech, un programa de la GSMA enfocado a abordar y reducir la brecha de género en la industria móvil. El programa incluyó cuatro días de análisis en profundidad de los temas que configuran la diversidad de género en la industria móvil como parte de la Cumbre de Women4Tech, además de eventos de entrenamiento

rápido y networking, e iniciativas en 4YFN. Entre las empresas participantes figuraron Accenture, Bharti Airtel, Brightstar, Cartoon Network, CNN, la Comisión Europea, Facebook, Google, el Gobierno de Cataluña, IFC (Banco Mundial), Kinetic Worldwide (WPP), Lenovo, Turner, SAP Labs y Syniverse.

Más de 11.000 jóvenes de toda Cataluña y España asistieron al Youth Mobile Festival (YoMo), celebrado en la Fira Montjuïc como parte del Mobile World Congress. Este nuevo evento fue creado para inspirar a los jóvenes a seguir estudios y carreras en temas de ciencia, tecnología, ingeniería, arte / diseño y matemáticas. El evento contó con exposiciones educativas, espectáculos de teatro en vivo, talleres interactivos y actividades prácticas para estudiantes, así como talleres, conferencias y recursos centrados en los educadores.

Cumpliendo los Objetivos de Desarrollo Sostenible

El apoyo de la industria móvil a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (SDGs) fue un tema importante en el Congreso este año. Los 17 SDGs establecieron una serie de objetivos, entre ellos la eliminación de la pobreza, la detención del cambio climático y la lucha contra la injusticia y la desigualdad, para 2030. El papel de la industria móvil para ayudar a cumplir estos objetivos se mostró tanto en la conferencia como en las salas de exposiciones.

La GSMA subrayó su apoyo a los SDG al anunciar que ha sido certificada como de huella neutral de carbono por los auditores independientes British Standards Institute para todos los eventos de GSMA y sus oficinas de todo el mundo en 2016. La GSMA continúa buscando la certificación de sus oficinas y eventos, incluyendo el Mobile World Congress, para 2017.

El Congreso Mundial Móvil 2018 se celebrará en Barcelona del 26 de febrero al 1 de marzo de 2018. El Mobile World Congress se celebrará en Barcelona hasta el año 2023.

www.mobileworldcongress.com

Las comunicaciones unificadas, protagonistas en CeBIT 2017

La próxima edición de la feria tendrá lugar en la ciudad alemana de Hannover, del 20 al 24 de marzo

El mercado de la comunicación unificada crece en todo el mundo. Según la consultora Credence Research, la facturación mundial del sector de las Unified Communication & Collaboration, alcanzará en 2022 los 106.000 millones de dólares. Las nuevas ofertas en el ámbito de “Unified Communication as a Service (UCaaS)” serán clave: todas las herramientas de comunicación están disponibles en una nube, desde la telefonía por Internet hasta la información presencial para cada empleado, pasando por las videoconferencias.

Por esto, CeBIT 2017, dentro de la sección ferial Communication & Networks, en el Pabellón 12, mostrará todo el abanico de las tecnologías actuales y futuras, así como los componentes y soluciones comerciales para la comunicación hablada, de imágenes y de datos.

Junto con unas 40 empresas asociadas, Microsoft presentará en CeBIT aplicaciones que indican el camino hacia la transformación digital. La comunicación unificada mediante la plataforma Skype for Business se tematiza en el pabellón 12. A las empresas mencionadas se añaden aquí otros fabricantes como Datac, Estos, IP Dynamics, Logitech y Plantronics para dar a conocer sus últimos desarrollos, centrados sobre todo en las plataformas de comunicación eficientes y móviles.

Así, por ejemplo, AVM (12/D32) presentará en CeBIT los nuevos productos Fritz! para la oficina digital, compatibles con conexiones de cable y ADSL, además de un router WLAN con capacidad de red adhoc para asegurar una cobertura WiFi perfecta en todo el edificio.

Por su parte, la nueva pasarela VoIP-Gateway 2.0 de beroNet (12/ D66) combina los sistemas tradicionales de telecomunicación con soluciones VoIP. Una de las características especiales del dispositivo es su interfaz modular de red. Por lo demás, la oferta del fabricante se centra en diferentes apps. Vía una tarjeta de memoria SD

se pueden instalar funciones adicionales como VPN o servidores básicos de fax directamente en el gateway. Con referencia al Internet de las Cosas, la solución presentada permite la gestión centralizada de las pasarelas y apps a través de la nube beroNet.

La firma InnovaPhone dará a conocer asimismo sus aplicaciones para All IP. En el Pabellón 12 (D14), los visitantes podrán vivir estas herramientas en directo. Por otra parte, el fabricante presentará un sistema de comunicación unificada en el que se ha integrado el estándar WebRTC para la comunicación entre ordenadores en tiempo real. “A largo plazo, las tecnologías de Unfied Communication brindan tantas posibilidades para optimizar la comunicación corporativa que las empresas no podrán permitirse renunciar a ellas”, explica el miembro de la junta directiva y responsable de ventas Gerd Hornig.

Logitech (12/E24) se dirige a los usuarios de Skype for Business y presentará la nueva consola audiovisual SmartDock, que permite la gestión cómoda y segura de videoconferencias. La combinación entre Microsoft Surface Pro 4 y la aplicación de Skype es una solución de colaboración elegante y económica. Otra de las novedades de Logitech es el sistema ConferenceCam Connect. Ofrece una calidad audio de 360 grados y una resolución de vídeo de alta definición para conferencias virtuales con hasta seis personas. Soporta, además, los estándares Bluetooth y NFC.

En cuanto a Plantronics (12/E24) mostrará la versión 3.9 de su servicio Manager Pro basado en la web y equipado con módulos analíticos. La solución de suscripción ofrece a los clientes y socios de venta una serie de eficientes herramientas de análisis destinadas a optimizar los servicios de atención al cliente y perfeccionar las decisiones de negocio.

Satisfacción tras Espacio Cocina-SICI 2017

La principal feria española del equipamiento de cocinas se celebró en Valencia a finales de febrero

El Espacio Cocina-SICI cerró el pasado 24 de febrero sus puertas en Feria Valencia con un balance muy satisfactorio en cuanto a la calidad y cantidad de visitantes, según fuentes de la organización: Feria Valencia y la Asociación de Mobiliario de Cocina, AMC. De hecho, a falta aún de contabilizar las cifras de la última tarde, Espacio Cocina-SICI había duplicado ya el número de visitantes de la edición 2016 de Espacio Cocina, en la que se obtuvieron cerca de 4.000 profesionales registrados. A estas visitas propias habría que añadir los miles de visitantes que accedieron al Pabellón 6 de Espacio Cocina-SICI, procedentes tanto de Cevisama como de Promat, salones con los que compartió días y recinto.

Juan Luis Salvador, empresario y presidente tanto del comité organizador de la feria como de AMC, se refirió al perfil técnico del profesional recibido, en el que destacaron las tiendas y distribuidores nacionales, pero también muchos compradores extranjeros, más de los que esperaban a priori. Salvador también se refirió a la importante afluencia de interioristas y decoradores, así como de profesionales de la reforma y de la distribución de los sectores de cerámica y baño porque, según explicó, "hoy en día los canales cambian y la cocina despierta muchas sinergias con estos sectores".

El presidente del Comité de Espacio Cocina-SICI también quiso destacar el excelente ambiente que se respiró en la feria: "cada vez más las ferias tienen que ser algo más que un evento comercial y en Espacio Cocina-SICI todo un sector como el de la cocina se ha reivindicado como un sector que está vivo y con mucho futuro. Aquí se han realizado showcookings, concursos, demostraciones de producto, encuentros de networking... Un sinfín de actividades paralelas que nos refuerzan como colectivo y como una clave de futuro para esta feria".

De entre las cerca de 130 marcas de expositores presentes en Espacio Cocina-SICI 2017, destacaron algunas de

Marcas de electrodomésticos como **Smeg, Amica, Liebherr, De Dietrich, Falmecc, Küpperbusch, Faber o Pando**, expusieron sus productos en el salón

electrodomésticos, especialmente de modelos de encastre, con firmas como Smeg, Frigicoll con sus representadas (Liebherr, De Dietrich y Falmecc), Amica, Küpperbusch (de la mano de DAKE), Frecan, Pando o Faber. Además de estas marcas como expositores directos, en la feria también hubo presencia de otros fabricantes bien a través de su colaboración con expositores fabricantes de muebles de cocina presentes en la feria, caso de Miele, bien mediante su papel de empresa colaboradora como el caso de Whirlpool y Franke. También estuvo el distribuidor de la zona de Levante, Bertomeu, de Grupo Activa, dando a conocer la marca de electrodomésticos Svan.

La próxima edición de Espacio Cocina-SICI tendrá lugar en Valencia en 2019.

espaciococina.feriavalencia.com



2017

Marzo

14/18 ISH

Feria mundial del baño, técnica de la construcción, técnica energética y de climatizado y energías renovables.

Frankfurt (Alemania)

www.ish.messefrankfurt.com

15/16 Congreso&EXPO asLAN

El principal evento B2B España especializado infraestructuras digitales.

Madrid (España)

www.congreso.aslan.es

16/17 Club Ecommerce Summit 1to1

Encuentro de las tiendas online españolas.

Barcelona (España)

summit.clubecommerce.com

18/21 Home/House Wares Show

Feria internacional de bienes de consumo para la casa. Incluye exposición de PAE.

Chicago (EE.UU.)

www.housewares.org

20/24 CEBIT

Feria internacional de electrónica de consumo y nuevas tecnologías.

Hannover (Alemania)

www.cebit.de

27/29 Enterprise Connect

Conferencia y expo sobre empresas conectadas y movilidad.

Orlando (Florida, EE.UU.)

www.enterpriseconnect.com

28/30 BatterieTagung

Conferencia sobre el mundo de las baterías.

Aach(Alemania)

www.battery-power.eur

Abril

04/06 World Retail Congress

Congreso especializado fórmulas de distribución.

Dubai (EAU)

www.worldretailcongress.com

2017

Abril

13/16 Hong Kong Electronics Fair

Feria de electrónica de Hong Kong.

Hong Kong (China)

m.hktdl.com/fair/hkelectronicshkfairse-en/

17/20 Elektro

Feria de equipamiento eléctrico.

Moscú (Rusia)

www.elektro-expo.ru

22/27 NAB Show

Feria internacional de medios electrónicos, que cubre la creación, gestión y entrega de contenido en todas las plataformas.

Las Vegas (Nevada, EE.UU.)

www.nabshow.com

25/27 Expo Electronica

Feria internacional de producción y componentes electrónicos y PCBs.

Moscú (Rusia)

expoelectronica.primexpo.ru/en

27/29 Global Mobile Internet Conference Beijing

La mayor y más destacada conferencia asiática sobre móviles.

Beijing (China)

beijing.thegmic.com

27/08-05 Maison & Habitat

Feria de decoración del hogar.

París (Francia)

www.foiredeparis.fr/Maison-Habitat

Mayo

04/06 CE China

La IFA China.

Shenzhen (China)

www.cechina-ifa.com

08/09 Retail Design Expo

Evento europeo de diseñadores y decoradores de interiores para retail.

Londres (Reino Unido)

www.retaildesignexpo.com

10/13 Bett Educar

Feria de la educación.

Sao Paulo (Brasil)

www.bettbrasileducar.com.br

2017

Mayo

15/19 Interop

El evento anual del marketing digital y los negocios online.

Las Vegas, Nevada (EE.UU.)

www.interop.com

16/18 MEDPI

Club de negocios del multimedia.

Mónaco

www.medpi.com

18/20 ISH China & CIHE

Feria de saneamiento, calefacción y aire acondicionado.

Beijing (China)

ishc-cihe.hk.messefrankfurt.com

21/23 M6 Mobility xChange Summit

Evento para la transformación empresarial a través de Mobile, Cloud y Analytics.

Chandler, Arizona (EE.UU.)

www.m6mobilityxchange.com

22/25 SCWS World

Feria de SmallCells, WiFi, DAS...

Londres (Reino Unido)

www.smallcellsworldsummit.com

23/25 Digital Enterprise Show (DES)

Feria de la transformación digital de las empresas.

Madrid (España)

www.des-madrid.com

23/25 CeBIT Australia

Feria internacional de tecnologías de la información.

Sydney (Australia)

www.cebit.com.au

30/01-06 Feria Encaja

Feria del almacén, la distribución y el punto de venta.

Valencia (España)

www.encajaferia.com

Nota

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

2017

Junio

31-5/02 Electrical Energy Storage EES

Feria internacional del sector de baterías y almacenamiento energético.

Múnich (Alemania)

www.ees-europe.com/en

01/01 OpenExpo

El mayor evento anual de open source y software libre España.

Madrid (España)

www.openexpo.es

06/07 MELCO

Club de negocios del sector multimedia.

Zaragoza (España)

www.melco2017.com

06/08 SIL

Salón internacional de la logística y de la manutenzione.

Barcelona (España)

www.silbcn.com

07/09 CES Asia

Feria de electrónica de consumo de Asia.

Shanghai (China)

www.cesasia.cn

13/15 E3

Feria internacional de videojuegos.

Los Ángeles, California (EE.UU.)

www.e3expo.com

14/16 Infocomm

Importante evento de la industria audiovisual.

Orlando, Florida (EE.UU)

www.infocommshow.org

20/22 Ambiente India

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

Nueva Delhi (India)

www.ambiente-india.in

25/27 Saitex

Exposición internacional sudafricana de comercio.

Midrand (Sudáfrica)

10times.com/saitex

28/01-07 Mobile World Congress Shanghai

Feria asiática de la tecnología móvil.

Shanghai (China)

www.mobileasiaexpo.com

Las novedades de Miele en LivingKitchen

La feria de Colonia, a finales de enero, fue el marco donde Miele presentó novedades como la gama de cocción SmartLine que incluye un extractor de encimera y una amplia variedad de productos específicos: placas de inducción, parrilla de barbecue, Teppan Yaki, o de gas, para todo tipo de usuarios, esculpidas en vidrio cerámico negro. Otra novedad fue la Black Wing Music, una campana con altavoces integrados y un amplificador invisible para poder reproducir música desde el móvil o tableta a través de bluetooth con la mayor precisión y nitidez.

Rowenta, de nuevo en la 080 Barcelona Fashion

Rowenta ha renovado su compromiso con la moda apoyando, una vez más, los desfiles de la 080 Barcelona Fashion como Planchado Oficial y como cuidado del cabello. En la pasarela de la Ciudad Condal, celebrada el pasado enero, la firma eligió, para el cuidado de las prendas desde el backstage, el generador de vapor de alta presión Silence Steam Extreme y la plancha de vapor Steam Force, que facilitan el planchado con grandes resultados, y los cepillos de vapor Master Valet y Access' Steam, para refrescar, desinfectar y eliminar olores de las prendas sin necesidad de tabla de planchar.

AEG, otro año en los talleres de Madrid Fusión

AEG cedió sus cocinas a Madrid Fusión, que se celebró a finales del pasado mes de enero, para equipar las salas 2 y 3, donde se celebraron los diferentes talleres magistrales. Un total de 21 primeras figuras culinarias pasaron por esos espacios, equipados con la última generación de electrodomésticos AEG, a lo largo de los tres días de esta feria.

Gigaset Pro, en VoIP2DAY

Gigaset Pro estuvo presente en VoIP2DAY, a mediados de noviembre del pasado año, presentando su gama de teléfonos IP de sobremesa Maxwell basic y Maxwell 3. También mostró su negocio basado en las soluciones DECT-IP, sistema monocelda N510IP pro, sistema multicelda N720IP pro y los terminales inalámbricos profesionales SL750H, R650H y S650H. En cuanto a los teléfonos IP de sobremesa, Gigaset Pro destacó el Maxwell 3 que ofrece una gran pantalla TFT, teclas BLF programables, luz LED para la indicación de mensajes, conmutador de conexión eléctrica (EHS) y un puerto USB para la conexión de auriculares vía Bluetooth; y el Repeater DECT, que permite aumentar la cobertura de los teléfonos inalámbricos.

Ingram Micro vuelve a ISE 2017

Ingram Micro presentó en la feria, celebrada a principios del pasado febrero, diferentes soluciones de AV profesional y digital signage, y también dio a conocer sus soluciones de TI complementarias, para que los resellers sean capaces de satisfacer plenamente las necesidades específicas de sus clientes. Los visitantes del stand pudieron comprobar la especialización de Ingram Micro para adaptar sus soluciones a toda una gama de necesidades de los clientes finales; en especial para resellers que se centran en determinados segmentos de mercados verticales, por ejemplo, la educación, el retail y el ocio.

La nueva gama Gaming de Lenovo, en Paris Games Week

Lenovo participó por primera vez en la feria Paris Games Week, que tuvo lugar en París a finales de octubre del pasado año. Como número tres a nivel mundial en PCs Gaming, Lenovo mostró sus últimas novedades, como el IdeaCentre Y710 Cube y el AIO IdeaCentre Y910, dos equipos realmente sorprendentes en cuanto a potencia y flexibilidad.

Liebherr presentó en LivingKitchen los frigoríficos del futuro

El Internet de las Cosas llega al hogar y, por ende, a la cocina, y Liebherr se ha apuntado a esta tendencia. Sus nuevos frigoríficos inteligentes, que se pudieron ver en LivingKitchen, pueden controlarse mediante terminales móviles y posibilitan la gestión innovadora de los alimentos desde casa o desde cualquier otro lugar; de este modo, los estándares abiertos y las unidades modulares satisfacen los requisitos necesarios para que los duraderos dispositivos de Liebherr también se puedan ampliar y adaptar fácilmente en el futuro. El almacenamiento futurista de alimentos con una innovadora tecnología de refrigeración y congelación es una de las principales competencias de Liebherr desde hace mucho tiempo, y este último año Liebherr ha ido un paso más allá y para poner rumbo hacia la gestión de los alimentos por medio de la oferta digital y los servicios móviles. La cooperación con Microsoft forma parte de la ofensiva de la digitalización del departamento de electrodomésticos de Liebherr: Microsoft, como socio poderoso, complementa la competencia de Liebherr en el campo de la tecnología de la refrigeración y congelación y aporta la tecnología más innovadora a la oferta digital. La nueva generación de SmartDeviceBox es fruto de esta cooperación.



GAMA DE FRIGOS Y CONGELADORES NEVIR.

Nuevos Combis que deslumbran por sus prestaciones avanzadas; Total No Frost, diseño innovador, bajo consumo energético y una gran capacidad.

Fabricamos adaptándonos a las necesidades del día a día de nuestros clientes.



nevir

SOGO®

Human Technology

BATIDORA MIXMASTER 1200W



Cuchilla de 6 hojas de acero inoxidable de alta calidad



Engranaje de Metal



Velocidad variable
3 ajustes pre programados
para batidos, trituración de
hielo y sopas (salsas)



▲ Negro
SS-5525

▲ Blanco
SS-5525-W


Saludable

www.sogo.es