

LA TRANQUILIDAD DE ESTAR CON EL PRIMERO



reinicia es la primera entidad autorizada como SCRAP a nivel nacional para la gestión de aparatos eléctricos y electrónicos. Por eso, si estás con **reinicia**, estás más tranquilo. Porque todo es más fácil cuando estás con el primero.



www.reiniciasig.org

968640223

info@reiniciasig.org

sonitrón

REVISTA PROFESIONAL DE ELECTRODOMÉSTICOS, ELECTRÓNICA DE CONSUMO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS
sonitron.net 424/2018

Panorama de la
distribución electro

Bombillas inteligentes,
hijas de la
conectividad

El planchado,
una tarea cada vez
menos ardua

Accesorios
tecnológicos y
wearables: pequeños
grandes aliados



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

HAZ DAIKIN

La tecnología que cambia el mundo



Más información
www.daikin.es

INVERTER

Máxima eficiencia
energética



4 Editorial

Nuevas formas de competencia

6 On / Off

8 Curiosidades

Actualidad

10 Entrevistamos al Director Comercial Corporativo de Logisfashion

13 Polti celebra su 40 aniversario

14 Las ventas de electrodomésticos de línea blanca crecieron un 1,44% hasta junio

16 La apuesta de Ecovacs Robotics por el mercado español

18 Un acuerdo con los acreedores pone fin a la situación concursal de Edesa Industrial

19 Candelsa abre una tienda Euronics en Igualada (Barcelona)

20 Breves

22 Panorama de la distribución electro

Producto

28 Bombillas inteligentes, hijas de la conectividad

34 El planchado, una tarea cada vez menos ardua

40 Accesorios tecnológicos y wearables: pequeños grandes aliados

Ferias

48 SIMO Educación

49 Gamescom

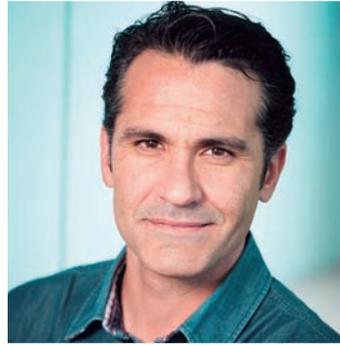
50 Photokina

51 Climatización & Refrigeración

52 IFA

56 Calendario

58 Breves



10



19



22



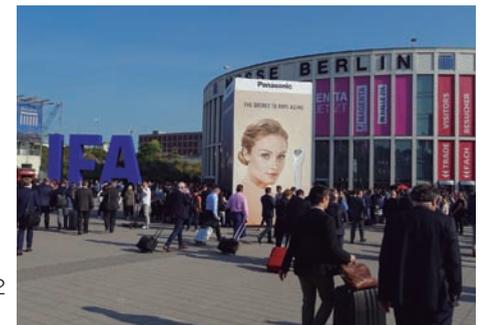
28



34



40



52

- 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* lperales@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



En portada:
Reinicia
www.reiniciasig.org

424

Desde 1967

Sicilia, 93, ático - 08013
Barcelona - España - Tel.: 902 887 011
sonitron.net
sonitron@sonitron.net



Nuevas formas de **competencia**



■ El pasado 4 de julio, CaixaBank, a través de su filial PromoCaixa, abrió en pleno centro de Málaga su primera tienda física de productos no financieros, en la que venderá electrodomésticos y soluciones tecnológicas. Que los bancos vendan electrodomésticos no es nuevo, llevan años haciéndolo, igual que seguros y otros productos de otros sectores ajenos a su negocio. La novedad quizás esté en que se abra una tienda específica para tal fin.

En la tienda de PromoCaixa, denominada Family Store, se venderán diferentes artículos tecnológicos como móviles, tablets, ordenadores; de imagen y sonido, como televisores, cámaras, barras de sonido; productos para el hogar como alarmas, lavadoras, neveras, pequeños electrodomésticos; productos relacionados con el ocio, etc. Además, la tienda también dispondrá del servicio de envío gratuito y de puesta en marcha de televisores y electrodomésticos.

Esta apertura provocó la reacción inmediata de FECE, federación que engloba a las asociaciones regionales y grupos de distribución del sector de los electrodomésticos, con más de 6.000 puntos de venta en España. Así, la entidad manifestó su profundo rechazo a la posibilidad de que un banco se convierta en un competidor más, considerando este movimiento como un intento desleal de competir y una agresión directa a quienes hasta el momento han sido sus aliados y partners.

FECE que mantiene un acuerdo con CaixaBank Consumer Finance para ofrecer servicios de financiación a los más de 6.000 asociados de la federación en condiciones preferentes, amenazaba incluso con la no renovación del mismo. En la misma línea, FAEL, la Federación Andaluza de Electrodomésticos hizo pública la suspensión del acuerdo de este tipo que tiene con CaixaBank.

Con lo difícil que está todo, que se metan en tu terreno, cuanto menos, incomoda. Pero ante este hecho no está demás recordar que a lo largo de la historia de la distribución electro española, ésta ha sabido hacer frente siempre a las adversidades y reinventarse para seguir su camino, sin miedo ni distracciones, un camino que, recordemos, no es otro que el de servir de la mejor manera posible a sus clientes.

¿Cómo afrontas los Black Friday y Cyber Mondays?

Estamos dimensionados para soportar los altos picos de demanda y las exigencias del consumidor actual.

Te ofrecemos soluciones logísticas omnicanal; flexibles a tus necesidades y con la visibilidad de todo el proceso.



Logística Ecommerce



Logística Retail



Control de calidad en Asia

Te apoyamos en tu expansión internacional, gracias a nuestros centros en **Europa, América y Asia** y **hubs crossborder** en **Panamá y Hong Kong**.

 **Logisfashion**

Tu partner logístico internacional



Tiendas Activa y la Fundación Pequeño Deseo

Tiendas Activa centró su última campaña de Navidad en recaudar fondos para la ONG, Fundación Pequeño Deseo, una organización dedicada a hacer cumplir los deseos de niños con enfermedades graves. La campaña consistía en enviar deseos a los seres queridos, y por cada deseo enviado, Tiendas Activa donaría 1 euro a la Fundación. La campaña se hizo viral y se lograron recaudar 3.000€ para donar a la Fundación.

Durante el primer semestre del año, la Fundación ha podido hacer realidad los deseos de seis niños, gracias a la donación de Tiendas Activa. Algunos de esos deseos han sido viajar a Oporto para conocer a Iker Casillas, visitar Port Aventura o aprender a montar a caballo, entre otros. Toda una experiencia para los niños y sus familiares.

Para Tiendas Activa ha sido una enorme satisfacción poder contribuir con su granito de arena a hacer más llevadera la enfermedad de estos niños.



Pantallas digitales y daños en la vista

Desde septiembre de 2013, la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y la empresa Reticare vienen alertando de los daños que muchas pantallas digitales pueden provocar en la retina. Según Reticare, una sentencia del Tribunal Supremo ha reconocido que el desprendimiento de retina sufrido por una administrativa delante de su pantalla de ordenador es un accidente laboral, al tratarse de una lesión producida en lugar y tiempo de trabajo. Reticare apunta que sólo 1 de cada 200 trabajadores protege su retina con medios científicamente probados de los efectos de la luz que emiten las pantallas y que, ante la gravedad de esta situación, hace falta un debate serio y público sobre las consecuencias que el uso de las pantallas tendrá para nuestros ojos y cómo podemos afrontar estos riesgos. Según la misma fuente, en los últimos 10 años las emisiones de las pantallas LED en la zona tóxica para la retina son cinco veces superiores a anteriores tecnologías.



Para Reticare, el hecho de que cada día aparezcan nuevos casos de personas con serios efectos provocados por las pantallas y que la sentencia del Tribunal Supremo reconozca que el desprendimiento de retina sufrido por una administrativa delante de su pantalla de ordenador haya sido considerado como accidente laboral (suceso) y no proceso, hace que se reconozca una realidad con la que convivimos pero que desgraciadamente se desconocía.

Siempre contigo, Mitsubishi Electric



TECNOLOGÍA CON LA QUE
PUEDES CONTAR

Como las buenas relaciones,
la nuestra contigo se basa en
la confianza y durabilidad.

#SiempreContigoMitsubishiElectric



 **MITSUBISHI
ELECTRIC**

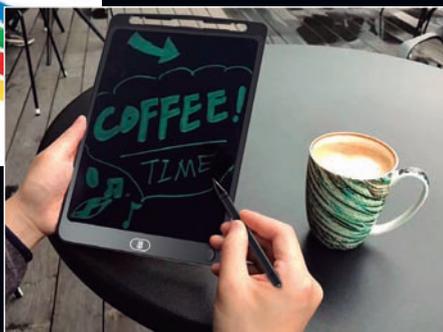
AIRE ACONDICIONADO



Leotec Sketchboard

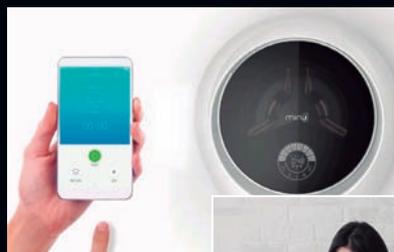
Las pizarras inteligentes Leotec SketchBoard permiten dibujar, escribir o diseñar, utilizando un cómodo lápiz stylus a color. Incorporan un panel LCD flexible con superficie táctil sobre el que escribir o dibujar. Un pequeño botón de borrado permite comenzar de nuevo. Gracias a que utiliza una única pila para su funcionamiento del tipo CR2020, las SketchBoard pueden utilizarse de manera continuada aproximadamente unas 80.000 veces. Una vez agotada la pila, basta con cambiarla de forma sencilla por otra compatible. Además, para hacerlas más prácticas, incorporan unos pequeños imanes en la parte trasera que facilitan su agarre a cualquier superficie metálica como la nevera.

<https://leotec.com/>



Lavadora Minij

Minij es una lavadora de pared del fabricante chino Xiaomi desarrollada junto a la universidad de Donghua. Con una capacidad de tres kilos de carga, esta lavadora incluye hasta ocho programas de lavado y con temperaturas de entre 30 y 95 °C. La minilavadora pesa 24 kilos y su nivel de ruido en funcionamiento es de 53 dB. Su precio en China, al cambio, no llega a los 330 euros. Tiene conexión a Internet y permite ser controlada desde dispositivos móviles.



www.mi.com/es



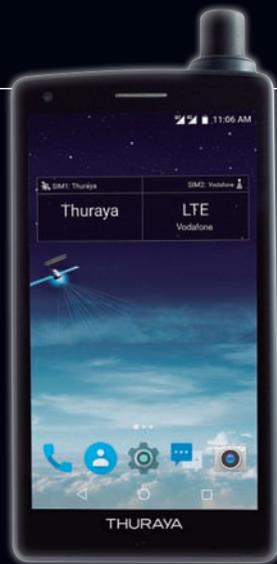
Chaqueta inteligente para ciclistas

Un grupo de empleados de Ford entusiastas del ciclismo han creado una prenda única que permite a los ciclistas orientarse más fácilmente y señalar de manera más clara su presencia e intenciones a los demás vehículos, mientras están conectados a una aplicación. "En Ford, queremos ayudar a que la gente-y las mercancías- se muevan con más seguridad, confianza y libertad por nuestras ciudades", cuenta Tom Thompson, jefe de proyecto del

equipo de Ford Smart Mobility. Este prototipo de chaqueta inteligente cuenta con mangas que se iluminan para señalar cuándo los usuarios planean girar a la derecha o a la izquierda. Conectada de forma inalámbrica a un smartphone, la aplicación de navegación para bicicletas de la chaqueta hace vibrar la manga adecuada, de modo que el usuario sepa por dónde ir, utilizando rutas que evitan las carreteras y los cruces más transitados. Y no es necesario que los ciclistas quiten los ojos de la carretera o las manos del manillar para consultar la pantalla de su smartphone. Los interfaces acústicos y hápticos permiten a los usuarios contestar llamadas, recibir mensajes y repetir la indicación de navegación. La chaqueta también integra una luz de freno parpadeante.



www.ford.com



Teléfono satelital Thuraya X5-Touch

Satlink, empresa de ingeniería española especializada en telecomunicaciones por satélite, distribuirá de manera exclusiva en nuestro país el smartphone satelital Thuraya X5-Touch. Este dispositivo pionero, fabricado por la compañía de comunicaciones móviles vía satélite, Thuraya, destaca por ser el primer smartphone de sistema operativo Android con cobertura satelital del mercado. El Thuraya X5-Touch supone un paso importante hacia la integración de las comunicaciones terrestres y vía satélite, con el fin de garantizar a los usuarios una plena capacidad de conectividad, independientemente de la localización en que se encuentren.

satlink.es

Cámara de salpicadero ND-DVR100

La cámara de salpicadero ND-DVR100 tiene la capacidad de grabar en alta definición (a 27,5 FPS) ofreciendo un ángulo de visión extra ancho (114°). En el momento de estacionar, la cámara salpicadero detecta automáticamente el movimiento mientras aparca para así grabar cualquier colisión que pueda producirse.

Puede grabar en cualquier momento, sea de día o de noche ya que contiene la característica de rango ancho dinámico (WDR) en "Modo Nocturno". La cámara se suministra con una batería de 500 mAH para el modo de estacionamiento y se puede enchufar en el encendedor del vehículo. Además, aparte de llevar una Micro SD Card de 8 GB, tiene también la función de GPS/Glonass que registra los datos de ubicación y velocidad en cada momento.

www.pioneer-car.eu/es/es



Cámara robusta LUMIX FT7

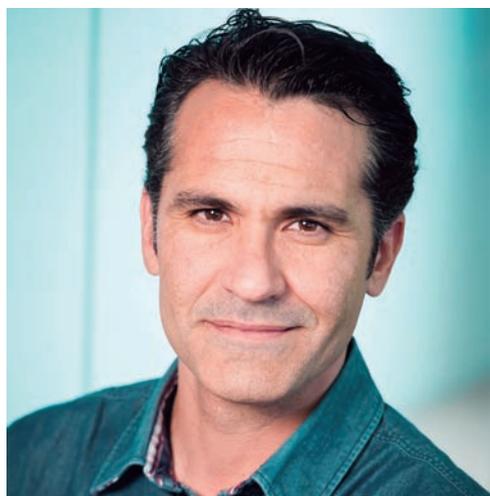
Panasonic ha lanzado su nueva cámara compacta y resistente, diseñada exclusivamente para aventuras al aire libre. La LUMIX FT7 es resistente al agua (hasta 31 m) y a prueba de golpes (hasta 2 m). Con su nuevo visor Live View Finder (LVF), un sensor de 20,4 megapíxeles, un zoom de 4,6x y un gran angular de 28 mm, la FT7 es la compañera perfecta para inmortalizar experiencias extremas en todo tipo de situaciones.

www.panasonic.com

Entrevistamos a...

José María Ortiz Torrado, Director Comercial Corporativo de Logisfashion

www.logisfashion.com



“La logística está en una posición única para identificar las necesidades de los clientes y aportar valor a las marcas”

■ Logisfashion es una multinacional de origen español, especializada en operaciones logísticas para retail & ecommerce. Fundada en 1996, actualmente cuenta con 20 centros logísticos y más de 260.000m² ubicados estratégicamente en Europa (España, Alemania, Francia), América (USA, México, Colombia, Panamá y Chile) y Asia (Shanghái, Shenzhen, Hong Kong y Vietnam). En 2017, Logisfashion facturó 30 millones de euros, el 50%, procedente de sus operaciones de logística ecommerce a nivel mundial. Nos cuenta más cosas su Director Comercial Corporativo,

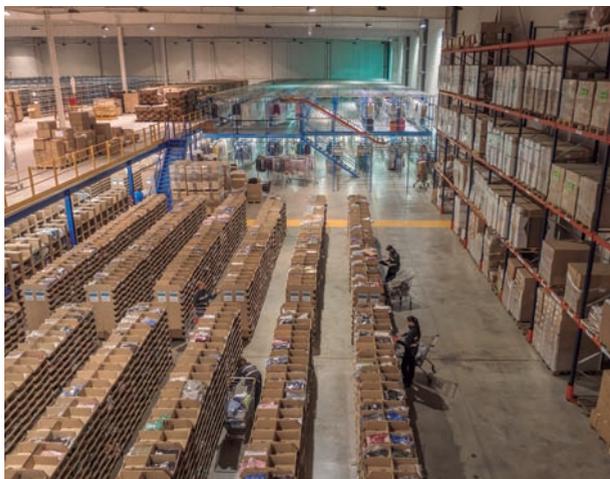
¿Qué importancia otorga Logisfashion al sector electro?

Es un sector que se asemeja a la industria de la moda por su dinamismo y por un consumidor con una tendencia de compra por impulso online. Por ello, creemos que podemos utilizar nuestro Know How en moda y aplicarlo a un sector que exige también una logística especializada. Por

otro lado, la fuerte estacionalidad de las ventas y los altos picos de demanda en periodos específicos, sumados a la tendencia al alza del comercio electrónico y la necesidad de dar un servicio rápido y flexible al cliente final es una preocupación común en ambos sectores. Así, a las empresas del sector de electrónica de consumo les ofrecemos nuestra capacidad operativa y de gestión de recursos para cubrir periodos de alta demanda.

¿Cómo trasladar su know how en moda al sector electro?

Los puntos clave de logística ecommerce como la cercanía, la estacionalidad, la agilidad e integración son aplicables tanto a la logística para el sector de la moda como para el sector electro. Hemos estudiado los ciclos de demanda del sector y es compatible con nuestra tecnología y con el diseño de nuestras instalaciones para la industria de la moda. Estamos dimensionados y preparados para



soportar grandes flujos en periodos muy cortos de tiempo como los Black Friday, CyberMonday,... y esa fortaleza nos permite aplicarla a otros sectores. Ya hemos trabajado con otros productos muy variados fuera del sector de la moda, gracias a clientes como Amazon Buyvip.

Además, la operación, integración y visibilidad en cada proceso que requiere la supply chain lo podemos garantizar en cualquiera de nuestras instalaciones. Apoyamos a nuestros clientes en su proceso de expansión internacional al contar con una red de centros de fulfillment estratégicamente ubicados por todo el mundo y con nuestros hubs cross border en Panamá, como puerta de acceso a Latinoamérica, y en Hong Kong, para Asia Pacifico.

A su juicio, ¿qué particularidades creen que presentan las empresas del sector electro con respecto a las de otros sectores para los que ustedes trabajan?

Principalmente, el elevado valor de sus stocks, la estacionalidad y la necesidad de gestionar en puntas (campañas) un stock en un flujo tenso. Para nosotros, esas particularidades se traducen en oportunidad. Tradicionalmente, en Logisfashion nos hemos encontrado con puntas estacionales altamente demandantes. Esa estacionalidad contraria nos garantiza balancear equipos humanos, equipos técnicos y superficie, lo que nos hace muy eficientes en los costes de nuestra estructura.

**¿Qué ofrece su empresa para fabricantes de este sector?
¿Y para distribuidores/vendedores?**

Damos soluciones de una forma integrada a todos los canales: retail, ecommerce, wholesale, distribuidores o grandes departamentales/superficies, con soluciones en intralogística: control calidad/cantidad, Pick and pack, almacenaje, y otras operaciones VAS (manipulación, reacondicionamiento, adaptabilidad, packing, etc). Para ello, nos hemos dotado de la tecnología apropiada, que nos ofrece una mayor eficiencia (productividad-seguridad) que se traduce para el cliente en un menor coste con un elevado grado de calidad de servicio.

¿Qué pueden aportar a este sector de diferente con respecto a lo que ya ofrecen otros operadores?

Dada la realidad omnicanal, lo que ofrecemos es la experiencia en gestionar un único stock para atacar todos los canales a la vez, una red de almacenes a nivel global con los mismos procedimientos, pero adaptados a cada país para satisfacer al cliente final. Con esta visión global, es fundamental dotar a las empresas que se enfrentan a estos grandes retos con una visibilidad de todo el proceso logístico y garantizar la trazabilidad de los artículos en todo el proceso, independientemente del canal de venta.

El comercio electrónico supone todo un reto a nivel logístico, especialmente por lo que se refiere a la rapidez de los plazos de entrega de las mercancías y a la flexibilidad. ¿Cómo tiene esto en cuenta su empresa?

Nos avala nuestra experiencia de diez años en la logística ecommerce, además de gestionar para Amazon Buyvip uno de sus principales centros en Europa. Esto nos ha posicionado profesional y tecnológicamente al nivel de exigencia de mercados muy maduros en la venta online. También hemos tenido en cuenta la necesidad para nuestros clientes de estar cerca del cliente final: la "proximidad de los almacenes o centros de distribución" permite una entrega en mejores plazos y una optimización de costes. Por otro lado, el ecommerce tiene la particularidad y complejidad que puedes vender en todo el mundo, lo cual supone una ventaja, pero a la vez un problema logístico, por ello contamos con Hubs cross border para Latam y Asia Pacifico. Estamos muy enfocados en solucionar a nuestros clientes aquellos



inconvenientes que puedan encontrar en sus procesos de internacionalización.

¿Hasta qué punto consideran que los usuarios finales valoran los servicios añadidos relacionados con el transporte y la logística?

Todos los esfuerzos e inversión realizados en marketing para atraer y captar las compras de los clientes finales, tienen que estar respaldados por una gestión logística eficiente y entregas en tiempo y forma para que la experiencia de compra del cliente sea óptima. Si funciona todo bien, no lo perciben, pero si algo no funciona, hay problemas con el artículo... embalaje, no llega en perfectas condiciones o no llega cuando lo necesitan, pierdes al cliente. No hay segundas oportunidades y te etiquetan...

Es evidente que la logística ha dejado de tener un papel secundario en el proceso de compra y la experiencia del cliente, para situarse en un papel protagonista. La logística está en una posición única para identificar las necesidades de los clientes y aportar valor a las marcas.

¿Qué cree que valoran más los usuarios finales?

¡Visibilidad! ¡Transparencia! Que la información sea clara, saber en qué parte del proceso se encuentra su pedido. Y, sobre todo, la experiencia: abrir el paquete y encontrar que el producto, su embalaje, documentación interior, está exactamente igual que si lo recogieran en cualquier tienda. Es fundamental garantizar tal experiencia.

¿En qué porcentaje, la logística inversa está causada por una mala manipulación de la mercancía por parte del operador logístico/de transporte?

En algunos casos puede ser producido en los procesos vinculados al transporte (una mala estiba, re-manipulaciones en plataformas regionales de clasificación geográfica, descargas y cargas, etc.). Los operadores de intralogística debemos ser tan responsables como nuestros clientes y juntos hemos de trabajar en proteger sus productos con aquellos embalajes que garanticen su integridad. Es nuestra obligación asesorarles y advertir de esos riesgos. Lo que a día de hoy entendemos de logística inversa va totalmente vinculado a los nuevos hábitos de consumo. Los grandes departamentales exigen descuentos o devolución con el consiguiente abono por parte de las marcas. Lo mismo sucede en el canal online, los consumidores exigen la posibilidad de devolución y su correspondiente abono.

En Logisfashion trabajamos con nuestros clientes con planificaciones de flujo y previsiones de cantidad para gestionar satisfactoriamente las devoluciones. Es importantísimo que nuestro cliente tenga visibilidad para saber que un consumidor ha devuelto el producto en buenas condiciones y por tanto ha de retornar el dinero de la compra.

¿Cómo habría de ser la excelencia en logística, según la visión de su empresa y qué papel habrían de jugar aquí las nuevas tecnologías?

La excelencia se consigue realizando todos los procesos de manera correcta y ofreciendo la posibilidad al cliente de disponer de toda la información cuando lo necesita. Y eso es ofrecérsela las 24 horas del día y los 365 días del año. La única manera es invertir en tecnología y en talento de las personas que forman nuestro equipo.

En Logisfashion invertimos en medios tecnológicos y contamos con la experiencia de profesionales bien formados e informados en nuevos procesos para innovar y ofrecer soluciones acordes a los estándares tecnológicos más avanzados, dando servicio a las empresas más exigentes.



Polti celebra su 40 aniversario

www.polti.es

Los pasados 5 y 6 de julio, tuvo lugar en la localidad italiana de Como, un evento organizado por Polti para celebrar su 40 aniversario. Al mismo asistieron unas 250 personas.

■ La tarde-noche del 5 de julio tuvo lugar, en el emblemático espacio Serre Ratti, la celebración del 40 Aniversario de Polti. Los participantes pudieron repasar la trayectoria de esta empresa familiar, de la mano de sus responsables. A lo largo de estas cuatro décadas, Polti ha sabido adaptarse al mercado y a las nuevas realidades sin perder su identidad Made in Italy como valor importante de la marca. El acto estuvo cargado de emotividad a la hora de homenajear a los fundadores de la compañía, Franco y Teresa Polti, y de poner en valor su legado. Actualmente, Polti sigue manteniendo su carácter familiar con Francesca Polti, hija de los fundadores, al frente.

Desde que el año 1978, la firma lanzó la Vaporella, producto estrella de la marca hasta ahora, la empresa ha estado en constante evolución, siendo los últimos años los más cruciales en su reorganización, una fase que concluyó exitosamente en 2017 y que ha permitido a Polti adaptarse al nuevo entorno.

Retos de futuro

El futuro de la compañía pasa por liderar a nivel mundial el mercado de vapor. El Business Plan 2018-2022 contempla un crecimiento en esos cinco años del 22%, a razón de un 5% anual. Esta apuesta pasa por el lanzamiento de nuevos productos como la familia Forzaspira, además de por seguir desarrollando mejores prestaciones en la Vaporella, como el lanzamiento que se ha realizado en enero de este año del modelo XT100C, que ofrece 10 años de garantía en su caldera y del nuevo modelo Next, previsto para septiembre, además del modelo Vaporella Style. A nivel de producto, la estrategia también pasa por desarrollar productos únicos que respondan a las necesidades de los clientes, como su solución de limpieza integral Unico, que limpia, aspira y seca; o como Moppy, producto galardonado este 2018 en Italia por los consumidores, igual que La Vaporella con 10 años de garantía, reconocida en Francia con el Gran Premio a la innovación 2018.

El día siguiente a la celebración, tuvo lugar una visita a las instalaciones de Polti en Como, de 16.000 metros cuadrados, donde trabajan 200 personas entre la fábrica y las oficinas. En dichas instalaciones, equipadas con sistema de energía solar, se incluye un almacén de componentes con una superficie de 6.000 metros cuadrados, que gracias a la tecnología RF prepara el material que se suministra al área productiva. El 70% de los componentes proceden de la empresa propia Poltiplast. La fábrica cuenta con 17 líneas de producción de montaje, de la que salen los diferentes productos de la compañía. Polti realiza un control de calidad tanto en la línea de producción como al final de la misma, lo que reduce el ratio de incidencias al mínimo.

Las ventas de electrodomésticos de línea blanca crecieron un 1,44% hasta junio

www.anfel.org

En el primer semestre de 2018, las ventas de electrodomésticos de gama blanca crecieron tanto en valor como en unidades, según los datos de ANFEL.

■ El comportamiento de las ventas de gama blanca durante la primera mitad del año sigue mostrando crecimientos para este segmento del mercado. Así, según las

La familia de productos que mayor crecimiento registró en los primeros seis meses de 2018 fue la de Side by Side

estadísticas de la Asociación Nacional de Fabricantes e Importadores de Electrodomésticos (ANFEL) entre enero y junio de 2018, las ventas en valor de productos de línea blanca registraron un crecimiento interanual del 3,57%. Por lo que respecta a las ventas en unidades, en el mismo periodo, el incremento alcanzado fue del 1,44%.

Datos por familias de producto

Analizando las ventas del semestre (unidades) por familias de producto se pueden observar cifras de crecimiento en prácticamente todas, menos en las categorías de frigoríficos combinados (-4,16%), lavadoras de carga superior (-2,34%) y campanas extractoras (-3,11%).





En este sentido, destacan especialmente los incrementos de las familias de frigoríficos Side by Side (la que más creció hasta junio, con un +33,28%), frigoríficos de 1 puerta (+18,92%), de dos puertas (+15,54%) y congeladores horizontales (+12%).

El resto de familias registraron incrementos bastante más moderados. De esta manera, las ventas totales de frigoríficos entre enero y junio subieron un 2,98% y las de lavadoras, un 1,04%.

Por su parte, las ventas de lavavajillas hasta junio de este año aumentaron un 2,31%; las de encimeras, un 2,65% y las de hornos, apenas un 0,86%

Ventas de línea blanca en España por familias de producto (unidades) Primer semestre de 2018

Productos	Junio	Acumulado Enero - Junio
Frigoríficos 1 puerta	+18,99%	+18,92%
Frigoríficos 2 puertas	+15,69%	+15,54%
Side by Side	+29,24%	+33,28%
Combinados	-1,01%	-4,16%
Total frigoríficos	+5,24%	+2,98%
Congeladores verticales	+10,26%	+4,59%
Congeladores horizontales	-11,23%	+12,00%
Lavadoras carga frontal	-4,85%	+1,30%
Lavadoras carga superior	+9,27%	-2,34%
Total lavadoras	-3,90%	+1,04%
Secadoras	+17,29%	-3,09%
Lavavajillas	-4,14%	+2,31%
Cocinas	+66,12%	+8,08%
Hornos	+7,68%	+0,86%
Vitrocerámicas	-0,25%	+2,02%
Inducción	+7,38%	-2,89%
Resto encimeras	+5,74%	+3,29%
Total encimeras	+4,30%	+2,65%
Campanas	-2,79%	-3,11%

Fuente: Comité de Estadística y Análisis de Mercado de ANFEL



La apuesta de Ecovacs Robotics por el mercado español

www.ecovacs.com/es

El fabricante de robots de limpieza domésticos inauguró a finales de 2017 su oficina de ventas para España en Barcelona. La empresa quiere liderar el mercado español de robots de limpieza en tres años.

■ El Grupo Ecovacs nació en China en 1998. Hoy, con 5.000 empleados en todo el mundo, es nº1 en China en robots domésticos de limpieza, donde tiene una cuota de mercado del 65% y lidera también el mercado alemán, donde, según el director general de la filial para EMEA, ubicada en Düsseldorf, Andreas Wahlich, ha pasado de una cuota de mercado en unidades del 4%, en agosto de 2016, al 34% en junio de 2017. Esto ha sido posible, según Wahlich, por la especialización de la marca en este tipo de productos (la empresa diseña, desarrolla, produce y comercializa sus propios robots), su foco en la I+D (la empresa invierte cada año cerca del 10% de sus ventas en esta actividad) y su apuesta por la cercanía a los mercados a través de unos servicios de calidad.

Con esta base, la compañía ofrece productos para todo tipo de usuarios en prestaciones y precios, con el denominador común del esmerado diseño y de la cuidada calidad de sus componentes. En este sentido el portfolio de robots de Ecovacs que incluye modelos limpiacristales, purificadores de aire, robots aspiradores y fregasuelos, parte de los 229 euros y llega a los 799 euros. Así, su catálogo ofrece pro-



En la imagen, de izquierda a derecha, Daniel Jaria, Country Sales Manager Spain; Martina Herrera, Marketing Coordinator Spain y Andreas Wahlich, Director General de Ecovacs Europe GmbH.

ductos conectados con funciones avanzadas como el mapeado inteligente (Smart Navi Mapping) de los espacios, el establecimiento de barreras virtuales a través de la App, o control por Alexa.

Crece en España

Dentro de su nueva etapa de crecimiento, apoyada por su reciente OPI (oferta pública inicial de más de 40 millones de acciones) en la Bolsa de Shanghai, con la que busca financiar dicha expansión, se halla su apuesta por España, donde la penetración de esta categoría es del 4%. En nuestro país los productos de Ecovacs Robotics se venden a través de marketplaces como Amazon, en cadenas como El Corte Inglés, MediaMarkt, Carrefour o Leroy Merlin, en tiendas online como PC Componentes y también, en grupos de compra como Segesa o Sinersis.

Según el responsable de ventas para nuestro país, Daniel Jaria, la apuesta de la marca por España es un proyecto a largo plazo que estará apoyado en inversiones en comunicación, como la reciente aparición en el programa televisivo *First Dates*, además de en reforzar los diferentes canales de distribución y potenciar el servicio de asistencia técnica con un nuevo partner. En España, Ecovacs Robotics, que tiene un cuota de mercado del 3%, espera crecer un doble dígito este 2018 y llegar a liderar el mercado dentro de tres años.



Londres



París



El quiosco de la esquina



**Controlar la temperatura
de tu hogar estés donde estés,
no es ninguna tontería.**

Da igual si estás en Londres o en París o comprando el periódico en el quiosco de la esquina.
Da igual si estás muy cerca o muy lejos. Lo importante es que estés donde estés, ahora,
con el nuevo sistema de Aire Acondicionado Daitsu con wifi* incorporado, podrás acceder a él
a distancia y desde cualquiera de tus dispositivos móviles. Y eso no es ninguna tontería.

daitsu

Aire sin tonterías.



Un acuerdo con los acreedores pone fin a la situación concursal de Edesa Industrial (antigua Fagor)

www.cnagroup.es

CNA Group ha alcanzado un acuerdo con los acreedores para dejar atrás la situación concursal de Edesa Industrial.

■ Edesa Industrial S.L. ha abandonado oficialmente la situación de concurso de acreedores tras la aprobación del convenio en la Junta de Acreedores celebrada el pasado 13 de julio, únicamente pendiente del auto judicial. En la reunión se ratificó la propuesta de convenio presentada que contempla la quita del 90% de la deuda y el pago en 10 años del 10% restante. Además, el acuerdo pasa por un plan de refinanciación bancaria de la compañía de 54,5 millones de euros. Este plan de refinanciación se llevará a cabo con el plan aprobado en el convenio de viabilidad de Edesa, que consiste en la fabricación anual de 61.000 encimeras, un 62% de vitrocerámica y un 38% de inducción, para vender en el mercado español y en la exportación, con el desarrollo comercial nacional e internacional de línea blanca con la marca Edesa.

Una historia que se remonta a 2014

Recordemos que en 2014, Edesa Industrial S.L. adquirió el negocio de electrodomésticos de las marcas Fagor y Edesa. En 2015 y 2016, después de iniciar la producción

La propuesta de convenio aprobada por los acreedores contempla una quita del 90% de la deuda y el pago del 10% restante, en 10 años

de varias familias de productos, se verificó que las unidades productivas de la antigua Fagor Electrodomésticos S. Coop. que presentó pre-concurso en octubre 2013 con una deuda superior a los mil millones de euros, seguía produciendo electrodomésticos de forma ineficiente e insostenible. Ante las dificultades de alcanzar un acuerdo con las empresas acreedoras y las empresas de la Corporación Mondragón, propietaria de la marca (hoy todavía en litigio), de los inmuebles en arrendamiento, y proveedores de una gran parte de los componentes y servicios. Edesa Industrial SL presentó pre-concurso de acreedores el 30 de junio de 2017 y concursó unos meses después.

En el mes de diciembre se presentó la propuesta anticipada de convenio, liderada por Amica, con una aportación financiera de 32 millones de euros y que permitiría mantener de 175 a 200 puestos de trabajo, pero no fue aceptada por los propietarios de la marca. Ante esta situación, Edesa Industrial SL presentó el convenio que se ha terminado aprobando, sin contar con la marca Fagor mientras esta se mantenga en la disputa judicial elevada a la Audiencia.

Según CNA Group, en 2017 sus ventas crecieron un 11,3% interanual, con un moderado crecimiento en el mercado español y un importante avance en las exportaciones. De esta manera, se continúa con la evolución de los últimos 25 años creciendo a doble dígito. En lo que llevamos de 2018 la firma asegura que continúan incrementándose las ventas en el mercado español, y, sobre todo, las exportaciones, que pronostican unas ventas y resultados superiores, en línea con el Plan de Negocios desarrollado por CNA Group.

La próxima feria IFA de Berlín, que se celebrará entre los días 31 de agosto y 5 de septiembre, será el escenario de la presentación de los nuevos productos de CATA y Edesa.

Candelsa abre una tienda Euronics en Iguualada (Barcelona)

www.candelsa.com

El pasado 7 de junio, abrió sus puertas en la localidad barcelonesa de Iguualada, la nueva tienda Euronics que incorpora la imagen renovada y totalmente alineada con el Plan Estratégico 2020 de Candelsa.

■ Bajo el lema "Un toque humano en un mundo digital" Candelsa ha iniciado un nuevo camino con la marca Euronics. Después de la presentación del acuerdo con Sinersis hace unos meses y de realizar los primeros cambios en Zaragoza, Cala d'Or (Baleares) y Empúria Brava (Girona), llega el turno a esta tienda de Iguualada (Barcelona). El nuevo establecimiento, con 1.000 m² de sala de venta, muestra un cambio radical en todos los sentidos con el objetivo de adaptar la tienda a las necesidades de mercado actual, apostando por una enseña fuerte, consolidada y referente en Europa.

La nueva tienda Euronics, situada en el corazón de la ciudad, lleva muchos años siendo referente en el comercio local, hasta ahora con la enseña Confort. El cambio de imagen y concepto, incorpora nuevos lineales, nuevos espacios y servicios para que cualquiera de los centenares de clientes que visitan a menudo la tienda dispongan de todas las herramientas para realizar su compra. Además de la reforma, desde Candelsa destacan el compromiso y la preparación del equipo que atiende el establecimiento, cuyo objetivo pasa por reforzar la experiencia de compra del cliente que, entre otros avances, podrá disponer de un espacio reservado para que sea atendido individualmente por cualquiera de los vendedores. En definitiva, una apuesta clara por la modernidad tanto en punto de venta como en las propias técnicas de venta.

Acto de inauguración

La inauguración contó con la presencia del Alcalde de Iguualada, el señor Marc Castells así como de la concejal Patricia Illa, quienes tuvieron la oportunidad de realizar una visita al interior de la tienda acompañados por el Director General de Candelsa, Ángel Castro, el Director Comercial Pau Chaves, y Lorena Gómez, responsable de Marketing y Publicidad. A esta presencia del consistorio igualadino se sumaron varios proveedores, miembros del Consejo de Administración, comisión comercial y diferentes responsables de departamento de la empresa. Con esta inauguración, Candelsa sigue con paso firme en el Plan Estratégico 2020 reforzando la presencia de Euronics en las zonas de Cataluña, Aragón y Baleares, así como apostando también por la modernidad y el cambio.



Nuevo modelo de tienda de Cenor Electrodomésticos

El Grupo Cenor ha inaugurado una tienda en Noia (A Coruña) que pretende ser el punto de referencia para la transformación de todos sus establecimientos. El proyecto se inició hace algo más de un año, con la actualización de la marca y de su estilo visual, siguiendo una línea más actual, limpia y tecnológica. Una muestra de la innovación recogida en este nuevo punto de venta es el espacio personalizado de Siemens: Home Connect, con el que los compradores podrán observar en primera persona las ventajas de la conectividad y el Internet of Things en sus electrodomésticos.

Electrolux y #CocinaConConciencia, contra el desperdicio de alimentos

El grupo Electrolux lanza un documental para concienciar sobre el desperdicio de alimentos, con expertos en este ámbito como el activista Tristram Stuart o el chef Dan Barber, que beneficiará a nuestra salud, a nuestro bolsillo y a nuestro planeta. Puede verse desde finales de julio en su web.



Portal de venta online de Expert
Fadesa-Expert ha puesto en marcha su nueva tienda online de ámbito

nacional, uno de los objetivos más importantes que figuraba dentro de su estrategia. Según la enseña, la puesta en marcha de este nuevo canal abre una nueva vía de contacto con los clientes de Expert y establece una mejora de las ventas potenciales, sobre todo al no estar limitado por horarios de apertura o por la distancia. Se trata de un canal de venta complementario, puesto que las tiendas físicas siguen siendo la principal línea de negocio de la compañía.



FAEL corta su colaboración con Caixabank

La Federación Andaluza de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar (FAEL) ha interrumpido el convenio de colaboración suscrito con Caixabank Consumer Finance. Con esta decisión, FAEL muestra su rechazo al proyecto Family Store de Caixabank Consumer Finance, cuya reciente puesta en marcha ha supuesto la creación de una tienda física en el centro del Málaga, en la que se venden electrodomésticos, algo considerado competencia desleal por FAEL.

Semana Confianza Electro de la Seguridad

Del 9 al 15 de julio, el Sello Confianza Electro, con sus 19 fabricantes de

electrodomésticos adheridos, puso en marcha la Semana Confianza Electro de la Seguridad para ayudar a todos los actores involucrados en el uso de los aparatos eléctricos a tomar conciencia de los riesgos que un electrodoméstico no regulado o mal empleado puede tener para hogares y familias. Durante esta campaña, se compartieron consejos y directrices para que los consumidores pudieran acceder de forma sencilla a información que les ayude a tomar decisiones correctas para la adquisición de electrodomésticos, así como para un adecuado uso de los mismos.



Nuevos hornos y placas, de De Dietrich

La marca francesa De Dietrich, representada en España por Frigicoll, presenta sus novedades en hornos y placas para la cocina de alta gama. Destaca la gama Fascination, disponible en cuatro exclusivas colecciones: Absolute black, Iron grey, Pure white y Platinum. Negro, gris, blanco y platino son los colores protagonistas de estas series, que se combinan con materiales nobles como hierro fundido, cristal, platino y cobre y una mezcla de texturas.

Informe anual 2017 de BSH España

Con el título *El futuro. Nuestro ahora*, el Informe anual 2017 de BSH España, ya disponible, ofrece información sobre la firma: estrategia, productos y servicios, iniciativas de responsabilidad, tendencias e innovación, y algunos acontecimientos relevantes ocurridos durante el año. Según el documento, la firma ha mejorado sus cifras de crecimiento a nivel global respecto al año anterior, y se propone ofrecer cada vez más servicios digitales a la medida del cliente. La compañía también apuesta por la sostenibilidad, el empleo y la investigación.

Buenos resultados de Fersay

Durante el primer semestre de 2018, las ventas conjuntas de los tres centros de Fersay (Madrid, Alicante y Tenerife) crecieron un 11%. Fersay ha calificado este crecimiento de su facturación como de gran éxito, teniendo en cuenta que los productos que comercializa, mayoritariamente accesorios y repuestos de electrónica y electrodomésticos, siguen una tendencia de bajadas de precios



Eurofred reforesta para compensar sus emisiones de CO₂

Eurofred anuncia su compromiso para compensar, con repoblaciones forestales, el 100% de sus emisiones de CO₂ en los países en los que está presente, entre ellos, España. Así, en nuestro país, hasta la fecha, Eurofred ha reforestado más de 55 hectáreas de zonas quemadas con 45.700 árboles (Barcelona, Alicante y Castellón) y 3,62 hectáreas en Portugal (Abrantes) con 6.000 pinos piñoneros. El próximo otoño repoblará otras 22 hectáreas en España, con 16.000 árboles, en zonas de Andalucía, Extremadura y Madrid, y 6 hectáreas con 3.000 árboles en Francia (Cambon et Salvergues).



Mitsubishi Electric y la CEOE firman un acuerdo de colaboración

El 17 de julio tuvo lugar en Madrid la firma de un acuerdo de colaboración entre la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y Mitsubishi Electric Europe B. V. Sucursal España. En el acto, protagonizado por los presidentes de la CEOE y de Mitsubishi, Juan Rosell y Masami Kusano,

además de por el director general de esta última, Pedro Ruiz, se estableció un marco de colaboración que contempla distintas líneas de actuación centradas en diferentes actividades, iniciativas y programas, como Medioambiente, I+D+I, Sociedad Digital, Industria/Energía, Seguridad Social/PRL, Formación, Educación, o Responsabilidad Social Corporativa.

Activa Shops, en concurso de acreedores

Activa Shops, plataforma de Activa Hogar para Cataluña, Baleares y la zona de Levante, ha presentado concurso de acreedores ante un juzgado de Tarragona. Su deuda asciende a 14,5 millones de euros. Esta medida se habría producido como consecuencia de la implicación de la sociedad en una operación judicial por presunto fraude fiscal y de blanqueo de capitales centrada en Murcia, lo que habría provocado el bloqueo de las cuentas de Activa Shops por parte del juez que lleva el caso, y habría mermado su margen de manobra, abocándola al concurso. Tras el bloqueo de las cuentas, se produjo asimismo el cese del anterior presidente de Activa Shops, Anastasi Gallego, que fue sustituido por Mario Márquez. Fuentes de la sociedad han explicado que esperan poder superar pronto el concurso, dado que el bloqueo de las cuentas, debido al proceso judicial, ya ha sido levantado en parte.

Panorama de la distribución electro

La continua situación de cambios por las que atraviesa el mercado, obliga a la distribución electro a reinventarse continuamente.

■ La distribución electro sigue inmersa en una vorágine de cambios que no cesa. Siempre ha sido así y este es su sino, el de la adaptación continua a su entorno. Si ni las grandes superficies, ni las agresivas cadenas verticalistas, ni Internet pudieron con el canal tradicional, tampoco lo harán ahora los bancos.

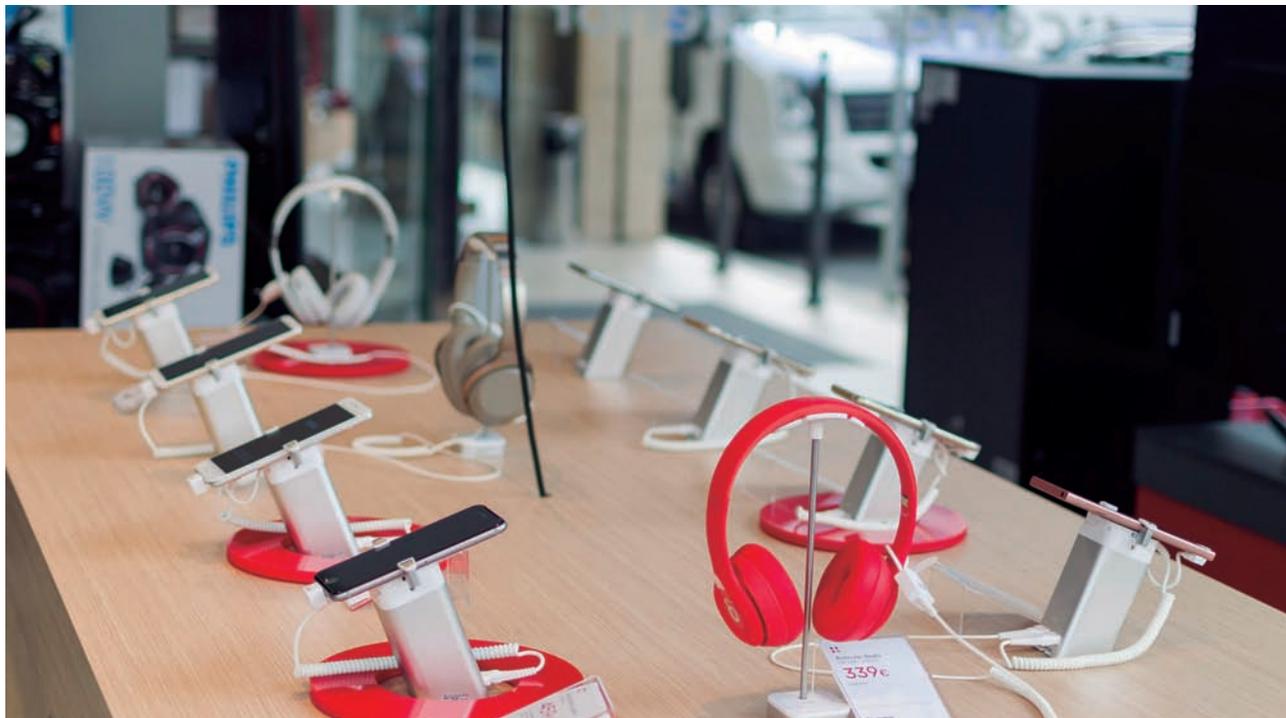
Los casos mencionados en el párrafo anterior demuestran que el mercado es grande y que hay gente y sitio para todo y para todos. Esto no quita sin embargo que haya que saber adaptarse al mercado siguiendo modelos de negocio exitosos.

Todas las enseñanzas saben que tienen que modernizar los puntos de venta, hacerlos más atractivos para el consumidor y contribuir de este modo a mejorar su experiencia de compra. Dieron el paso MediaMarkt y Worten, por ejemplo y en ello están también Grupo Cenor (SEGESA) Grupo Activa (Conzentria) o Tien 21 y Euronics (SINER-SIS), entre otros.

Parte importante de esa renovación de los puntos de venta y de esa mejora de la experiencia de compra pasa de forma clara por la omnicanalidad y por la presencia en Internet. En este contexto, cabe mencionar el reciente lanzamiento de la nueva tienda online de Fadesa Expert (Conzentria).

Otro aspecto destacado que la distribución está sabiendo hacer muy bien es el enriquecimiento de su oferta con la incorporación de nuevas categorías de producto y, especialmente con la ampliación de los servicios ofrecidos hasta ahora.

Nuevo concepto de tienda puesto en marcha por Cenor (SEGESA).



Así, al portfolio más clásico de electrodomésticos, se suman categorías como la robótica infantil, los drones, los dispositivos inteligentes o los productos de movilidad urbana que enriquecen el lineal haciéndolo más atractivo y poniendo al alcance de los clientes los últimos avances del mercado.

Por lo que respecta al apartado servicios, se buscan partners en ámbitos como la logística, la asistencia técnica o los seguros y las ampliaciones de garantía, la financiación y el renting, para generar negocio a la par que se genera un valor añadido por el que determinados clientes están dispuestos a pagar.

En líneas generales, el canal tradicional de distribución tiene claro los pasos a seguir y se ha puesto en ello, con los lógicos plazos de implantación de dichos cambios, siempre mayores que en el caso de las cadenas verticalistas.

De fondo sigue estando presente el fenómeno de la concentración empresarial en el sector bajo el convencimiento de que la unión hace la fuerza. Aquí se sitúa sin lugar a dudas la compra a mediados de 2017 del 24,33% de Fnac Darty por parte de Ceconomy, la empresa matriz de MediaMarkt, y otros movimientos protagonizados por la distribución horizontal

La distribución electro en España está haciendo sus deberes: modernización de tiendas, omnicanalidad y nuevos servicios y productos

Resultados 2017

En las páginas que siguen a continuación ofrecemos los datos de facturación de los principales operadores del canal electro español y sus datos actualizados. En ellos pueden observarse la evolución de cada cual. En líneas generales puede mencionarse el crecimiento de cadenas, tanto en número de tiendas como en ventas y la continuidad de la reestructuración vivida años atrás por los grupos de compra.

El análisis de las cifras económicas del ejercicio reflejan en la mayoría de los casos la mejora de la situación a nivel nacional, el mayor dinamismo de los mercados y las ganas y el mejor ánimo en la actitud frente a las compras por parte de los consumidores españoles.

Miró levanta el concurso

Entre las últimas noticias relacionadas con el sector de la distribución electro destaca la reciente salida del concurso de acreedores de Miró Electrodomésticos. A finales de junio, un juzgado de Barcelona aprobó la resolución oficial que acreditaba la salida del proceso concursal de la cadena. La notificación oficial llegó tras el apoyo del 69% de los acreedores a la propuesta de convenio y al plan de viabilidad y de pagos elaborado por la compañía.

De esta manera, Miró inicia una nueva etapa cuyo plan de viabilidad busca consolidar la recuperación de la compañía y seguir creciendo con el desarrollo de su negocio y actividad comercial en España, donde cuen-

ta con 27 tiendas y una plantilla integrada por 133 profesionales entre Cataluña y Baleares.

Como ha asegurado Matteo Buzzi, director general de Miró, "en los últimos dos años hemos vivido una profunda y necesaria reestructuración, pero Miró también ha sabido reforzar su oferta con una importante mejora en los lineales y la inclusión de nuevas familias de productos y servicios complementarios y estratégicos, apostando de manera muy decidida por los servicios de asesoramiento a su consolidada base de clientes. La compañía empieza ahora una nueva etapa en la que podrá fortalecer su posicionamiento como la marca histórica que ha sido en el sector de los electrodomésticos en Cataluña".

MediaMarkt



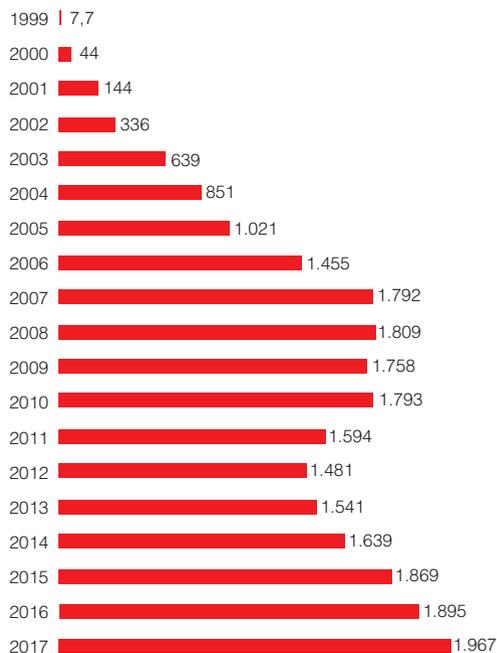
- Facturación/cifra de negocio ejercicio 2016/2017 (del 1 de octubre de 2016 al 30 de septiembre de 2017): **1.967 millones de euros** (1.894 en 2015/2016).
- Número de tiendas activas: 83 + la tienda online (79+tienda online en 2015/2016).
- Número de trabajadores a tiempo completo: 5.431 (5.357 en 2015/2016).
- Director General: Ferran Reverter.

www.mediamarkt.es



Evolución de la facturación en España 1999-2017 (en millones de euros)

Fuente: Elaboración propia.



Worten (Incluye España y Portugal)



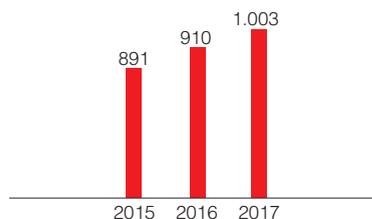
- Facturación/cifra de negocio ejercicio 2017: **1.003 millones de euros** (910 millones en 2016) (Crecimiento del +10,2%).
- Número de tiendas activas en España: 60 más la tienda online (a junio de 2018).
- CEO Worten España y Portugal: Miguel Mota Freitas.

www.worten.es



Evolución de la facturación en España y Portugal 2015-2017 (en millones de euros)

Fuente: Worten



Sinersis

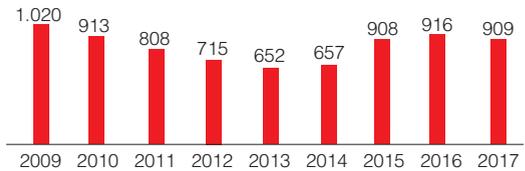
- Facturación/cifra de negocio ejercicio 2017: **909 millones de euros** (916 millones de euros en 2016)
- Número de tiendas activas: 1.622 (2.200 en 2016).
- Director General: José María Verdeguer.
- Director Comercial y de Marketing: Javier Lis.
- Directora Financiera: Cristina Peinado.
- Número de asociados: 22 sociedades en España y 1 en Portugal (en 2016 eran 33 sociedades en España y 1 en Portugal).

www.sinersis.es



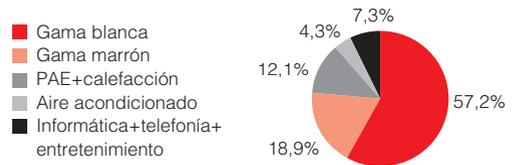
Evolución de la facturación en España 2009-2017 (en millones de euros)

Fuente: Elaboración propia



Facturación 2017 por gamas de producto (en % sobre el total)

Fuente: Sinersis



Conzentria

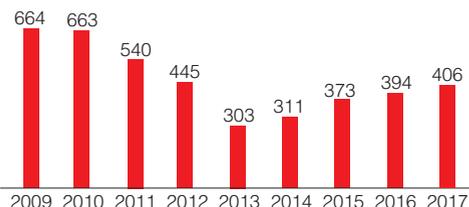
- Facturación/cifra de negocio ejercicio 2017: (datos sin IVA): **406,06 millones de euros** (394,47 en 2016) (Crecimiento del +2,94%)
- Número de tiendas activas: 1.083 de 13 asociados (1.158 de 13 asociados en 2016) y 15 almacenes.
- Presidente: Andrés Pérez Barrera.
- Vicepresidente: José Vicente Cerdán Aznar.
- Gerente: Diego Giménez Soldevilla.

www.conzentria.es



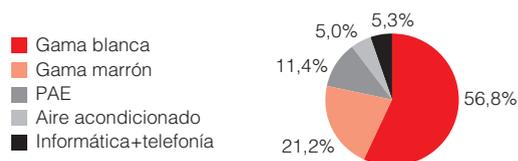
Evolución de la facturación en España 2009-2017 (en millones de euros)

Fuente: Elaboración propia



Facturación 2017 por gamas de producto (en % sobre el total)

Fuente: Conzentria



Segesa - Cadena Redder



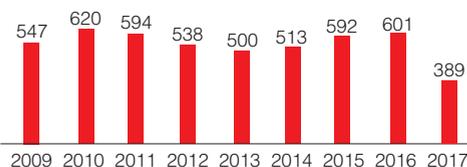
- Facturación/cifra de negocio ejercicio 2017: (compras netas sin IVA): **389,37 millones de euros** (601,95 en 2016).
- Número de tiendas activas: 1.194 (1.191 en 2016).
- Presidente: Javier González Pereira.
- Gerente: José Escoda.
- Vicepresidentes: Joan Sala y Jesús Fernández.
- Número de asociados: 13 (12 en 2016).

www.segesa.es



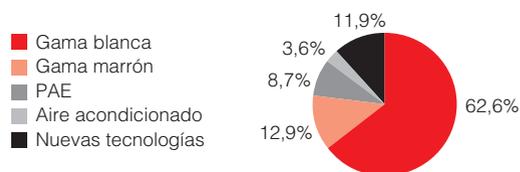
Evolución de la facturación en España 2009-2017 (en millones de euros)

Fuente: Elaboración propia



Facturación 2017 por gamas de producto (en % sobre el total)

Fuente: Segesa



Fnac Ibérica (Incluye España y Portugal)

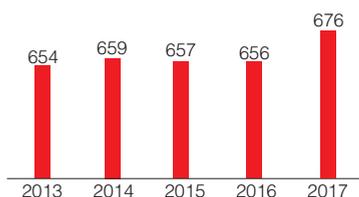
- Facturación/cifra de negocio ejercicio 2017: **676 millones de euros** (656 en 2016).
- Número de tiendas activas en España: 33+ la tienda online (a abril de 2018) (30+online en 2016).
- Consejero Delegado de Fnac España: Marcos Ruão.

www.fnac.es



Evolución de la facturación de Fnac Ibérica 2013-2017 (en millones de euros)

Fuente: Elaboración propia



Bombillas inteligentes, hijas de la conectividad

La iluminación inteligente, de la mano de las tecnologías inalámbricas, parece haber llegado para quedarse.

■ Los mercados avanzan impulsados por la innovación tecnológica y de producto. Cuando aparecen nuevas soluciones realmente útiles y tecnologías que mejoran los productos ya conocidos es cuando se producen las revoluciones de mercado que conllevan los booms de ventas. Pasó por ejemplo con la aparición de los smartphones, que se convirtieron en estándar de la telefonía móvil, y sucedió algo parecido con la renovación del parque de televisores de tubo cuando llegaron las tecnologías de pantallas planas, LCD y plasma. Desde entonces, la innovación tecnológica en este mercado de los aparatos de televisión no ha parado.

Aunque las bombillas inteligentes no son nuevas, porque ya llevan unos años en el mercado, sin embargo su implantación, ayudada por la bajada de precios y la incorporación de nuevas funcionalidades, se va extendiendo.

Se trata de soluciones que sustituyen las bombillas incandescentes y los tubos fluorescentes de siempre, gracias a los sistemas de iluminación LEDs más recientes y de me-



Las viejas bombillas incandescentes van camino de pasar a la historia.

nor consumo, con un plus añadido, que viene de la vertiente de la conectividad y de la domótica.

Entre las primeras funcionalidades de estas bombillas inteligentes está la posibilidad de controlar su encendido/apagado/intensidad/color de forma inalámbrica a través de cualquier dispositivo móvil.

Se trata de un producto de valor añadido que hay que explicar: en apariencia son similares una bombilla LED normal y otra inteligente, con la diferencia lógica del precio, por eso, es necesario un esfuerzo de fabricantes y puntos de venta para que el usuario conozca lo que apartan estas bombillas y se decida a comprarlas.

Funcionalidades ampliadas

Así, una bombilla inteligente permite al usuario modificar fácilmente el ambiente de su hogar utilizando, por ejemplo, el control por voz de Amazon Alexa, Siri o Google.

Sin embargo, la funcionalidad lúminica no es la única que pueden aportar estos productos. En este sentido, dejando aparte la opción de control por voz mencionada, las bombillas inteligentes pueden sumar funciones como radio, altavoz de música (que combinado con los efectos de luz puede conseguir un efecto discotequero muy interesante), detector de infrarrojos o cámara de videovigilancia.

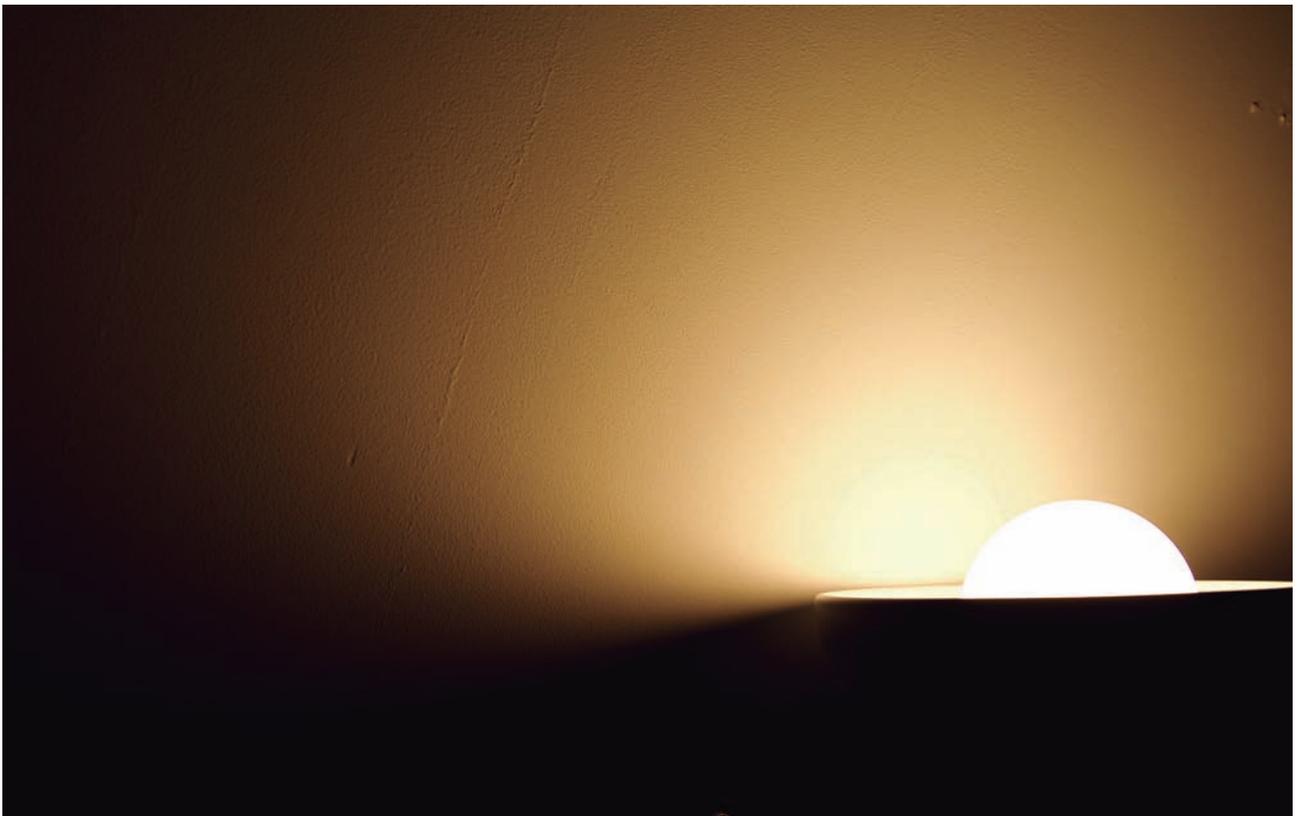
En el mercado existen al menos tres tecnologías de control que lideran el mercado de bombillas inteligentes. En primer lugar tenemos ZigBee, un protocolo de red para el hogar inteligente. Por regla general, las bombillas que utilizan ZigBee requieren una pasarela para comunicarse con la red WiFi doméstica. Fabricantes como Philips, por ejemplo tiene productos que optan por esta tecnología.

La segunda tipología de bombillas inteligentes son las que se comunican directamente con el router WiFi del hogar, ahorrándonos la necesidad de pasarelas o de centros de conexión.

Las bombillas inteligentes son un producto que hay que explicar bien para que el usuario pueda apreciar el valor añadido que representan con respecto a las bombillas convencionales

En tercer lugar, tenemos la tecnología Bluetooth. Las bombillas que la incorporan no necesitan para nada la red WiFi instalada, sino que se comunican directamente con el smartphone o tableta. El inconveniente de este sistema es que requiere la presencia del usuario en el rango de alcance del Bluetooth, por lo que no permite el control de la bombilla a más distancia ni de forma remota desde fuera del hogar.

En las páginas siguientes ofrecemos información de algunas de las bombillas inteligentes que existen en el mercado.





1



2



3

1 Philips / www.meethue.es

Como todos los productos Philips Hue, la gama para exterior Philips Hue es totalmente compatible con el ecosistema Philips Hue y funciona de la misma manera que la gama para interior. Basta conectar la iluminación de exteriores al bridge Philips Hue y controlarla con sólo tocar un botón, tanto si se está en casa como si no.

Igual que con las luces Philips Hue para interiores, permite controlar la iluminación de exteriores como se desee, con la aplicación Philips Hue o con la voz, para crear el ambiente perfecto en cualquier espacio exterior.

También se puede activar la iluminación de exteriores con la función en casa y fuera de casa de la aplicación Hue. Gracias a la ubicación del teléfono móvil se pueden encender automáticamente las luces Hue seleccionadas, de exterior y de interior, para que den la bienvenida a casa..

2 Sengled / www.sitandb.com

Sengled es un fabricante de innovadoras soluciones de iluminación para el hogar inteligente. Ofrece en su catálogo de bombillas LED los modelos Pulse Flex, Pulse y Pulse solo, todos, con el audio de JBL, y su modelo Boost, con repetidor WiFi. Pulse Flex es una innovadora bombilla LED que integra reproducción de audio multizona a través de sus altavoces JBL. Gracias a su interfaz WiFi, se conecta a la red del hogar y, a la vez que ilumina la estancia, reproduce música desde la biblioteca personal del usuario, desde servicios de streaming como Spotify o Deezer, servidores domésticos y numerosos dispositivos de entretenimiento.

Al utilizar la app Pulse Flex, disponible para iOS y Android, los usuarios pueden configurar tanto la iluminación como la música. También podrán gestionar las zonas o las habitaciones de forma individual, y así escoger el nivel de luz que habrá y la música que se escuchará en cada parte de la casa.

3 Laes / www.laes.com

La gama Smart LED de Laes está compuesta por ocho tipos de lámparas que incorporan la vanguardista tecnología "Mesh Network" de redes inalámbricas, que permite la interconexión de los dispositivos. La gama Smart LED ofrece desde el control personalizado vía APP de la iluminación del hogar, con los colores y el ambiente deseados, hasta la programación horaria de todos los dispositivos instalados, sin limitación y sin instalación previa.

El futuro de tu negocio lo construimos **JUNTOS**



LA FORTALEZA DE UN GRAN GRUPO

- 15 almacenes logísticos con entrega en 24 horas
- Acceso a la mayor base de datos de producto actualizada diariamente
- Programa de gestión del punto de venta e intranet
- Digitalización de los puntos de venta
- Marketing y publicidad con inversión en grandes medios
- Promociones exclusivas con los principales proveedores del canal

con**Z**entria





4 Lifx / www.lifx.com

Las bombillas LED inteligentes LIFX + con WiFi son compatibles con Homekit, lo que permite controlarlas con Siri a través de los dispositivos Apple. Además de intensidad lumínica y colores, ofrecen visión nocturna mejorada cuando se acopla a una cámara. No requiere concentrador independiente ya que el WiFi está incorporado en la bombilla. Presenta un brillo de 1.100 lúmenes, el equivalente a una bombilla incandescente tradicional de 75 vatios. Su ciclo útil es de 25.000 horas o 22,8 años (con un uso de 3 horas al día). Admite 16 millones de colores y gama de blancos (2.500 K - 9.000 K).

5 TP-Link / www.tp-link.com/es

La bombilla LED LB120 de TP Link se conecta sin necesidad de hub al WiFi de casa y permite ser controlada remotamente desde cualquier lugar con un smartphone o tableta a través de la aplicación gratuita Kasa (iOS, Android). Ofrece un rango de luz blanca de 2.700k a 6.500k. Además, se puede sincronizar con Alexa para habilitar el control de voz. Otras prestaciones incluyen su modo Circadiano, que ajusta automáticamente la apariencia de la luz con la hora del día y el Monitor Power, que controla el consumo de energía en tiempo real. Su tecnología le permite reducir el uso de energía hasta un 80% sin pérdida de brillo o calidad en comparación con una bombilla incandescente de 60W.

6 Nanoleaf / <https://nanoleaf.me/en/>

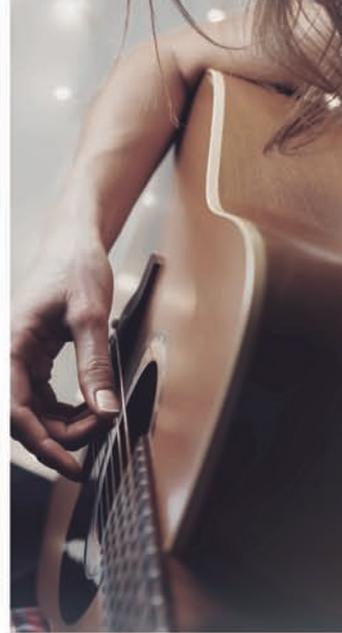
El kit de iluminación Nanoleaf Ivy Smarter se compone de dos originales bombillas con un diseño inspirado en el origami, y un hub para la conexión inalámbrica. Cada bombilla ofrece un rendimiento lumínico equivalente al de una bombilla incandescente de 60W pero con un consumo de energía de sólo 7,5W. Permite control de voz por Siri y Alexa. Su uso es sencillo, basta conectar el hub, enroscar las bombillas y descargar la aplicación. Permite controlar y programar la intensidad lumínica. La vida media de estas bombillas es de 27 años.



confianza



cercanía



pasión

En **sinersis** sabemos que la confianza hay que ganársela cada día con pasión y dedicación, que para ofrecerte un buen servicio, tenemos que estar muy cerca de ti, por eso en **sinersis** tenemos más de dos mil puntos de venta asociados.

La **satisfacción** de nuestros clientes es nuestra máxima motivación.

sinersis

Tien21

 **MILAR**

 **euronics**

El planchado, una tarea cada vez menos ardua

A la espera que esté disponible el esperado robot que plancha y dobla la colada, los fabricantes de planchas, cepillos de vapor y centros de planchado ofrecen posibilidades para que el planchado deje de ser la Cenicienta de las tareas domésticas.

- Planchas de vapor, centros de planchado y planchado vertical son las opciones disponibles en la actualidad para todos aquellos que desean tener su ropa impecable. Aunque cada uno de ellos cuenta con sus pros y sus contras, hay que decir que los últimos desarrollos de estos productos han contribuido a minimizar los segundos y maximizar los primeros, para que no se piense con tanto horror en el momento en que se ha de desplegar la tabla de planchar y poner manos a la obra. Al mismo tiempo, cada una de estas subcategorías de producto ha ido incorporando algunas de las mejores funcionalidades de las demás, de modo que las diferencias entre ellas se están diluyendo progresivamente.

Planchado vertical

El planchado vertical, tanto si se trata de sencillos y compactos cepillos de vapor o centros de planchado vertical, permite planchar sin la necesidad de emplear una tabla, simplemente con la ropa colgada. La fuerza del vapor que emiten penetra en las fibras del tejido, eliminando



Geysir Eco 3000, de Taurus.

las arrugas, y, aunque algunos lo duden, este sistema es completamente efectivo, y la potencia y el golpe de vapor tiende a incrementarse por parte de los desarrolladores del producto para que aún lo sea más en el futuro. Muy útil para las prendas delicadas, permite ahorrar tiempo y esfuerzo, y también dolores de espalda, aparte de consumo eléctrico. Otro destacado atractivo de estos aparatos son los accesorios que incorporan para conseguir mejores resultados en prendas y tejidos específicos, y que igualmente se hacen cada vez más numerosos y variados. Este sistema, además, es capaz de airear, desodorizar e higienizar las prendas, lo que reduce la necesidad de lavados tradicionales y de limpiezas en seco, con lo que ello supone de ahorro energético, cuidado del medio ambiente y larga vida para la ropa.

Plancha de vapor

Las planchas de vapor aportan vapor continuo y golpes de vapor. En comparación con los centros de planchado, son más ligeras compactas y manejables. La novedad de este año en cuanto a este tipo de dispositivo de planchado es que, además de incrementar su potencia y golpe de vapor, así como la calidad y el deslizamiento de su suela, la capacidad de su depósito y sus medidas de seguridad, es que



CVGg613 Auto Evolution Sensor, de Solac.

muchas de ellas incorporan las prestaciones del planchado vertical, lo que las convierte en un producto válido para una gama cada vez más amplia de prendas y de niveles de exigencia.

Centros de planchado

Por último, hablaremos del producto estrella del mundo del planchado: estos centros generalmente son aún más potentes que las planchas y producen más vapor, lo que les hace aptos para un volumen de ropa mucho mayor y permiten más rapidez de planchado. Su desventaja es sobre todo el tamaño y la dificultad de guardarlos, pero afortunadamente este año los nuevos modelos de centros de planchados, además de superarse a sí mismos en todas sus funcionalidades, se han hecho más compactos, aparte de que han incorporado también, en muchos casos, el planchado vertical.

En resumen: opciones de planchado para todas las necesidades, gustos y presupuestos que ofrecen muchas más ventajas que inconvenientes y cuyos mejores ejemplos se podrán conocer en las siguientes páginas.



Master 360, de Rowenta.



1 Solac / www.solac.es

El centro de planchado CPP6000 Optima Station 6.0, con 6 bares de presión, proporciona un gran caudal de vapor, que es capaz de penetrar en profundidad en los tejidos y eliminar las arrugas a la vez que higienizar las prendas. Cuenta con sistema de carga Infinity, un depósito extraíble mucho más práctico y rápido, que permite rellenarlo sin desconectar el centro de planchado.

2 Taurus / taurus-home.com

La plancha de viaje Pocket Iron, es una plancha súpercompacta y plegable que cabe en la maleta y ocupa el mínimo espacio. Gracias a su bivoltaje se puede usar en cualquier lugar del mundo. Incluye un cepillo especial cuyas cerdas abren las fibras de la ropa para que el vapor penetre con mayor facilidad, eliminando olores.

3 Rowenta / www.rowenta.es

Concebida con tecnología inalámbrica, la plancha Freemove, sin cable, ligera y manejable, ofrece una completa libertad de movimiento. Se desliza fácilmente para una sesión de planchado más rápida, fácil, cómoda y eficiente, gracias a su vapor de alto rendimiento y a la suela Microsteam 400, que garantiza la mejor distribución del mismo.

4 Di4 / www.di4.es

Jet Pressing Performance 6.5b garantiza un planchado profundo con acabado profesional. Muy práctico e intuitivo, con control digital, tiene opción de planchado en seco y en vertical. El caudal de vapor se puede regular y dispone de función ECO. Su capacidad es de 1 l y tiene un aporte continuo de vapor y un golpe máximo de 420 g. Su triple sistema anticál garantiza una larga durabilidad del producto. Dispone de Suela Sliding Technology con cerámica de alta resistencia y deslizamiento para otorgar facilidad al planchado.



5 Philips / www.philips.es

Con el vaporizador ComfortTouch Plus, el vapor penetra delicadamente en todos los tejidos, incluso en los más delicados, sin riesgo de producir arrugas o quemaduras y eliminando la necesidad de disponer de una tabla de planchar. Además de eliminar las arrugas con calidad profesional, prolonga la vida de las prendas, ya que el vapor es capaz de acabar hasta con un 99,9% de las bacterias y así retrasa el momento de su lavado o limpieza en seco.

6 Russell Hobbs / es.russellhobbs.com

Con el centro de planchado Steam Power, la potentísima salida de vapor de 100 g aporta la humedad necesaria para ablandar los tejidos y alisar hasta las arrugas más difíciles. Incorpora cartucho antical que ayuda a purificar el agua a su paso hacia el depósito, y otro filtro diseñado para capturar cualquier residuo de cal que consiga entrar en el sistema, que se puede vaciar y limpiar fácilmente aclarándolo bajo el grifo. Cuenta con llenado contiguo, asas de transporte, apagado automático, y tres ajustes de vapor, y está diseñado para poderse guardar en posición vertical.

7 Tefal / www.tefal.es

Steam & Press suma los beneficios de una plancha y la comodidad de un cepillo de vapor en un tamaño compacto. Con 800 W de potencia, además desodoriza. Cuenta con tres ajustes de temperatura, depósito extraíble de 70 ml, rápido calentamiento, y salida de vapor a alta temperatura. Incluye prácticos accesorios, como cepillo especialmente diseñado para abrir las fibras, quitapelusa, jarrita que facilita llenar el depósito y bolsa de viaje.

8 Polti / www.polti.es

La Vaporella, evolución del producto más representativo de la firma, que cumple ahora 40 años de historia, es fiable, potente e inteligente. Disponible en cinco nuevos modelos, cuenta con la innovadora tecnología patentada No Calc Longlife y ofrece una garantía de 10 años en el sistema de la caldera contra los ataques de la cal. Incluye también tecnología 360° Fluid Curve para su suela, indicador LED, y varios programas que facilitan enormemente el planchado, así como tanque y reposaplancha extraíbles.

9



10

11



9 Bosch / www.bosch-home.es

Los centros de planchado VarioComfort disponen de ocho programas de planchado predefinidos con la mejor combinación de vapor y temperatura. Cuentan con hasta 7,2 bares de presión, que permiten elevar considerablemente el caudal de vapor constante a 120 g/min., y dispone de función PulseSteam, con tres potentes disparos para alcanzar los 520 g de golpe de vapor. El diseño de las salidas de vapor de su suela CeraniumGlissée Pro incrementa el reparto de vapor y la penetración del mismo sobre los tejidos, aumentando un 60% la superficie de contacto. Incluye un sistema completo de descalcificación de la plancha y del calderín.

10 Miele / www.miele.es

El B 3847 FashionMaster, con sistema patentado 1-2-Lift, formado por plancha, torre-depósito y mesa, es regulable en altura. Esta mesa de planchado cuenta con funciones inteligentes de planchado: función Hinchado, función Extracción, tecla Vapor y función Memory. Gracias a la superficie de panal de abeja, el vapor se distribuye de forma homogénea por la base de la plancha, con 4 bares de presión y 100 g/min de vapor constante. Incluye tobera de vapor y cepillo supletorio para un planchado aún más rápido.

11 Tristar / www.tristar.eu/es-es

El nuevo sistema de planchado de vapor de 2200 W, ST-8917, con una presión de hasta 3,5 bares, genera un vapor potente y constante. Equipado con una base antiadherente y un sistema antical, cuenta con un gran depósito de agua de 1,5 l que se puede llenar durante el planchado.



12 Ufesa / www.ufesa.es

El centro de planchado Aliso Plus, con potencia máxima de 2.400 W y vapor constante de 85 g/min (incluso en vertical), cuenta con sistema refilling para una autonomía ilimitada, depósito de agua extraíble de 0,7 l, sistema anticalc, base de aluminio pulido, calderín de acero inoxidable de 0,7 l con resistencia calefactora externa, indicador de vapor listo, interruptor on/off luminoso, mango de corcho, tubo de conexión entre el calderín y la plancha de 1,5 m, cable de conexión de 1,8 m, y sistema de seguridad.

13 Braun / es.braun.com

El centro de planchado CareStyle 7, con tecnología inteligente iCare, configura la temperatura adecuada según el tipo de tejido, para una protección inteligente y rápida de la ropa y un planchado fácil. Reconocido como mejor producto por Plus X, sólo es necesario encenderlo y dejar que su tecnología inteligente ayude en el planchado.

14 SteamOne / distribucion.scyse.com

El centro de planchado vertical a vapor Unilys Gloss elimina todas las arrugas sin quemar nunca las fibras, ya sean sintéticas o naturales, incluso en los tejidos más delicados. El vapor a elevada temperatura (98 °C) posee la capacidad de desodorizar y esterilizar y contribuye a luchar contra los alérgenos, tanto en prendas como en sofás, colchones, cortinas, moquetas...

Accesorios tecnológicos y wearables: pequeños grandes aliados

No sólo de grandes pantallas de TV o móviles de última generación vive el usuario: los accesorios tecnológicos son un complemento básico cuya oferta no deja de crecer.

■ Para potenciar o facilitar el uso de los dispositivos tecnológicos estrella del usuario, o bien para protegerlos y añadirles un plus fashion, y también para permitir que se puedan emplear en otros contextos (como sucede con las

fundas, carcasas y soportes para tabletas y smartphones): los accesorios tecnológicos son un mercado que crece, al ritmo de las nuevas necesidades de un consumidor tecnológico que pide mucho más de y para sus aparatos.

Asistentes de voz

La eclosión de los asistentes virtuales de voz, en la que Amazon dio el pistoletazo de salida con Alexa, así como el Internet de las Cosas, han hecho necesario crear, por ejemplo, enchufes y altavoces inteligentes que abran la puerta a las enormes posibilidades de esta tecnología. Se trata de una tendencia que todo indica que va a seguir incrementando su presencia en los hogares, con una cadencia quizá lenta pero segura, de modo que puede ser apasionante descubrir qué nos traerán los nuevos desarrollos en este tipo de accesorios.

TV, series y música

Los nuevos usos y consumos de la televisión y los televisores también son tendencia: hace tiempo que el televidente ha dejado de ser un espectador pasivo cuyo máximo poder respecto a la caja tonta era coger el mando a distancia y cambiar de canal, muchas veces sin que eso sirviera para



encontrar un programa de su interés. La Smart TV es una posibilidad demasiado golosa para los amantes de la pequeña pantalla, y eso hace necesario convertir los nuevos televisores en otros que nos ofrezcan todo un abanico de posibilidades de cine, serie, documentales... Otro capítulo finalizado en la historia de la televisión es aquella impaciente espera de como mínimo una semana para resolver el cliffhanger en que se quedó la serie favorita del usuario: los maratones, imprescindibles para cualquier seriéfilo que se precie, requieren buenos extensores de WiFi para evitar que a la red se le ocurra dejar de funcionar justo cuando el zombi de turno está a punto de merendarse al personaje más atractivo del elenco. Y no nos olvidemos tampoco de las nuevas plataformas de música en streaming, para las que resultan imprescindibles dispositivos de audio de calidad y compatibles con multitud de fuentes.

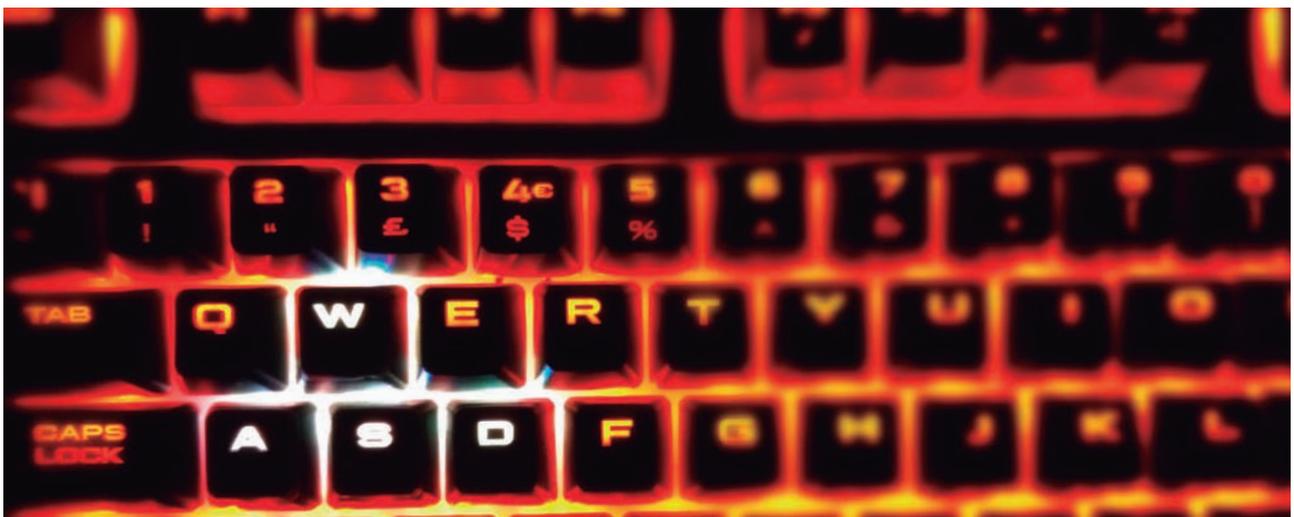
Gaming

Parece que la humanidad, cada día que pasa, advierte que jugar no es sólo cosa de niños; o es que la imaginación de los creadores de videojuegos es cada vez más portentosa y la tentación es demasiado grande. Sea como sea, el gaming se está convirtiendo en una opción de ocio imprescindible, casi en una manera de ver la vida, y una prueba de ello es la extensa popularidad de los youtubers gamers, por ejemplo. Todo ello implica teclados, ratones, pantallas y capturadoras que permitan optimizar la experiencia de juego... y por qué no, conceder al usuario la oportunidad de probar suerte en YouTube mostrando y comentando sus mejores jugadas. Nunca se sabe...



Wearables

Y no podemos cerrar esta introducción a todo el completo universo de accesorios tecnológicos de todo tipo que se podrá ver en las páginas siguientes sin hablar de los wearables. Posiblemente, las fabulosas perspectivas que se planteaban con sus primeras apariciones han decrecido un poco, pero también es cierto que muchos usuarios ya no pueden vivir sin sus smartwatches, sus pulseras de actividad o sus dispositivos de realidad virtual. De hecho, aunque el listado de productos se haya reducido, el mercado sigue creciendo: según IDC, en el pasado año se vendieron 10,3% más unidades, lo que supone 115,4 millones de dispositivos frente a 104,6 millones del año anterior. Y es que esta categoría de producto sin duda aún nos deparará muchas sorpresas.





1



2

3



4

1 AOC / eu.aoc.com/es

La nueva serie de monitores V2 debuta con tres pantallas de 21,5, 23,8 y 27 pulgadas. Elegantes y muy finos, están equipados con paneles IPS sin marco y cuentan con resolución Full HD, amplios ángulos de visión y colores muy precisos. También están equipados con un rápido tiempo de respuesta, frecuencia de actualización de 75 Hz y AMD FreeSync.

2 Logitech / www.logitech.com/es-es

G PowerPlay es un avanzado sistema de carga inalámbrica para ratones gaming que permite recargarlos de forma continua mientras se usan, pues ha sido diseñado para aportar una carga ininterrumpida sobre la superficie de la alfombrilla. Utiliza una revolucionaria aplicación de resonancia magnética que crea un campo de energía para cargar sin interferir en el tracking preciso y la transmisión de datos de un ratón gaming de alto rendimiento.

3 Woxter / www.woxter.es

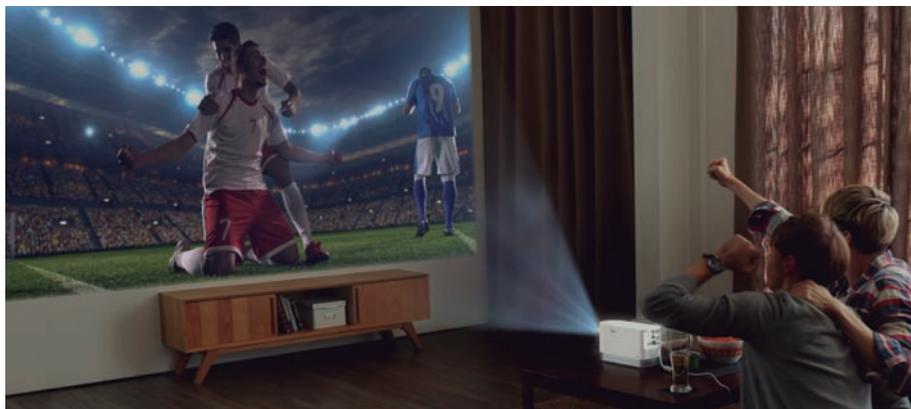
Stinger FX 95 Kit es un cómodo conjunto de teclado, ratón y alfombrilla. El teclado incorpora 104 teclas con 12 teclas multimedia y conexión inalámbrica de 2.4 GHz con un alcance de hasta 10 m. El ratón cuenta con un diseño ergonómico con resolución ajustable (800, 1.200 o 1.600 DPI) y botones especiales. Y la alfombrilla ofrece altos niveles de control y precisión y está fabricada con materiales resistentes a la abrasión.

4 Hauppauge / hauppauge.co.uk/spain

HD PVR Rocket es una capturadora de vídeo de alta definición, pequeña y portátil, con micrófono incorporado para grabar los comentarios del juego. Alimentada vía USB, permite grabar las mejores jugadas en el PC y la consola sólo insertando una unidad flash USB en la ranura de la parte delantera del aparato.



5



6



7



8

5 TP-Link / www.tp-link.es

El extensor WiFi con enchufe inteligente RE370K es un dispositivo todo en uno, que amplía el alcance de la red WiFi hasta AC1200 y, a la vez, permite controlar, incluso mediante la voz, los dispositivos electrónicos conectados al enchufe. Compatible con cualquier router inalámbrico, extiende la cobertura de la señal WiFi del hogar con una velocidad máxima de 1.200 Mbps, lo que facilita al usuario hacer streaming en alta definición.

6 LG / www.lg.com/es

La gama de proyectores de LG –tanto Láser como LED– ofrece modelos que son cómodos de transportar y que están preparados para proyectar imágenes de calidad en gran tamaño. Pero además, al incorporar Smart TV, los usuarios podrán consumir sus películas, series, deportes y videojuegos favoritos en cualquier momento y lugar. Con resolución Full HD y conectividad BlueTooth.

7 Archos / www.archos.com

Archos combina la imagen con la voz dentro de su gama Mate de dispositivos habilitados para IA, incorporando elegantes diseños de 5 y 7 pulgadas, así como las mejores tecnologías, incluidos micrófonos de reconocimiento de voz y altavoces, para ampliar las posibilidades de Alexa, el servicio de voz de Amazon.

8 SPC / www.spc-universe.com

SPC Alien Stick y SPC Alien son dos dispositivos que convierten los viejos televisores en Smart TV. Incorporan el sistema operativo Android y permiten reproducir contenidos de las principales aplicaciones de streaming disponibles (como Netflix, YouTube o Spotify), así como de otro tipo de fuentes propias. El usuario podrá navegar a través de todo este contenido desde su móvil, tableta o mando a distancia (incluido).



9 Cellularline / www.cellularline.com/xc_en

Freepower Manta 8000 Wireless es un cargador de baterías portátil fino, rápido y potente, fabricado con celdas de polímeros de litio y dotado tanto de doble puerto USB Fast Charge como de carga inalámbrica diseñada con tecnología Qi. Es ideal para recargar sin cables todos los dispositivos compatibles. Gracias a la recarga simultánea es posible cargar teléfono y powerbank simultáneamente, utilizando un solo cargador de baterías, mientras que el sistema de fijación elástica incluido en el paquete permite aprovechar la carga inalámbrica incluso mientras el usuario se desplaza.

10 Fersay / www.fersay.es

Este pack selfie incluye un brazo extensible de hasta 108 cm, un trípode, una funda transparente y un mando Bluetooth. El mango del brazo extensible está disponible en seis colores: amarillo, violeta, rojo, negro, azul y blanco.

11 Vogel's / www.vogels.com/es-es

El elegante diseño del soporte de tableta para coche TMS 1020 sirve para todas las tabletas de entre 15 y 22 cm con un grosor de entre 0,5 y 1,3 cm. El paquete de montaje contiene todo lo que se necesita: para acoplar la tableta al soporte y fijar éste en el reposabezas del coche, fácilmente y sin herramientas.

12 Leotec / www.leotec.es

Mini teclado Bluetooth recargable y plegable, de color negro, fácilmente transportable gracias a sus reducidas dimensiones. Permite escribir cómodamente en el smartphone o en la tableta.



13 Tucano / www.tucano.com/es

Octopus es una capsule collection exclusiva en colaboración con la marca de moda callejera LUTER, que incluye tres fundas para iPhone, dos Second Skin para MacBook de 13" y 15", tres estuches y una tote bag que lucen los conocidos tentáculos creados por el diseñador Giorgio Di Salvo para VNGRD, bajo el auspicio de la conocida marca de moda. Todos los artículos están fabricados en policarbonato, muy resistente y antideslizante.

14 Celly / www.celly.com

Unica View es una funda de smartphone universal de tipo folio, diseñada para adaptarse a todos los teléfonos con pantalla de 4,0 hasta 5,5 pulgadas, gracias al sistema de fijación con adhesivo regenerable que no deja residuos. Cuenta con una ventana transparente y una función de soporte integrado. El sistema slide-touch permite responder o rechazar llamadas incluso con la funda cerrada. Está disponible en tres tamaños diferentes.

15 Ksix / www.ksixmobile.com

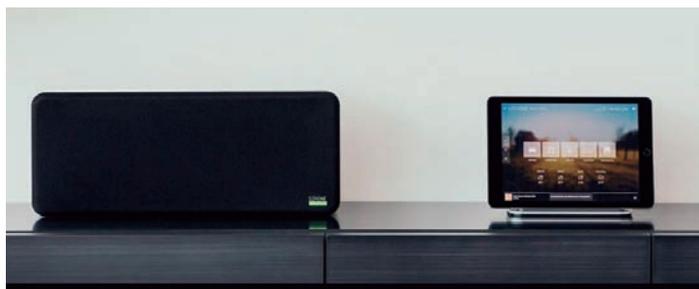
Esta funda de tipo folio universal con ventosas se fija al dispositivo móvil con gran adherencia y es una excelente alternativa de protección para los modelos que no disponen de fundas específicas. La ventana transparente de la parte frontal permite ver la pantalla y hacer fotos. Destaca por su atractivo diseño.

16 Unotec / www.unotec.es

La lente zoom universal para smartphones y tabletas posibilita realizar fotos ampliadas con el smartphone, obteniendo una calidad de imagen mucho mejor que la obtenida con el zoom digital. Muy fácil de montar gracias a su pinza de sujeción universal.



17



19



18



20

17 Sennheiser / www.sennheiser.com

El campo sonoro de los auriculares HD 820 es amplio, natural y cargado de detalles, pese a tratarse de auriculares circumaurales cerrados. El rendimiento de este producto se debe, en gran parte, a una innovación: los transductores Ring Radiator de Sennheiser que están equipados con cubiertas de vidrio. También son notables por su diseño y confort.

18 Pioneer / www.pioneer-audiovisual.eu/es

Los auriculares inalámbricos C8 cuentan con un excelente sonido y una batería que cumplirá las expectativas de los usuarios más exigentes, con doble carga en su estuche de carga. Son ligeros, prácticos e inmersivos, y en ellos destacan los graves profundos que se reproducen mediante tecnología inalámbrica Bluetooth. Cuentan también con control de voz compatible con todos los asistentes de smartphone, manos libres y botones de control de volumen.

19 Loxone / www.loxone.com/eses

Loxone es un sistema de música multiroom que también actúa como alarma, timbre, despertador y reproductor de textos. Se trata de un servidor de música para la Smart Home que permite escuchar música en diferentes zonas de la casa y desde diferentes fuentes como AirPlay, Spotify, Google Play Music o TuneIn.

20 Energy System / www.energysystem.es

El nuevo Energy Music Box 5+, dispositivo 2.0 con 10 W de potencia y doble membrana pasiva, ofrece un sonido muy potente. Además de múltiples opciones de reproducción para que el usuario escoja cuál utilizar en cada momento: de forma inalámbrica, vía conexión Bluetooth 4.1, mediante el lector de tarjetas microSD-MP3 con capacidad de lectura de hasta 128 Gb, o a través de la entrada de audio de 3,5 mm. Incluye radio FM y micrófono integrado.



21



23



22

24



21 Oculus / www.oculus.com

Oculus Go es un dispositivo de realidad virtual totalmente autónomo, que no necesita cables, para disfrutar de contenidos audiovisuales, y mejorar las jugadas. Dispone de más de 1.000 aplicaciones, películas, juegos y experiencias, y cuenta con diseño sencillo, elegante y tremendamente ligero, óptica cristalina, audio inmersivo y gráficos 3D optimizados. La pantalla LCD de alta resolución y rápido cambio mejora la claridad visual y ofrece un sistema de orientación muy avanzado.

22 Garmin / www.garmin.com/es

Vovoactive 3 es un reloj inteligente que dispone de más de 15 aplicaciones deportivas, supervisa la condición física del usuario, realiza estimaciones de su edad fisiológica y controla los picos de estrés. Además, presume de conectividad, notificaciones inteligentes y pago por contacto, todo esto en un diseño elegante y con una autonomía de ocho días en modo reloj y 13 horas cuando se usa con GPS.

23 Fitbit / www.fitbit.com/es

Fitbit Versa es un nuevo smartwatch ligero, ultraplano, resistente al agua, que permite responder a llamadas y mensajes, escuchar música, e instalar cientos de apps. Con una batería que dura cuatro días, cuida de la salud y forma física del usuario al analizar su ritmo cardiaco y sus pautas de sueño, y ofrece consejos y entrenamientos personalizados en la misma pantalla

24 Xiaomi / www.mi.com/es

Mi Band 3, la nueva pulsera de actividad, puede recibir notificaciones de aplicaciones y de llamadas y responder a estas últimas. Su correa viene en tres colores y su batería cuenta con hasta 20 días de autonomía, según el fabricante. Además, dispone de una pantalla OLED táctil más grande e incluye un chip NFC con el que es posible realizar pagos.

SIMO Educación 2019: experiencias innovadoras

www.ifema.es/simoeducacion_01/

Los asistentes a SIMO Educación vivirán en primera persona experiencias inmersivas breakout (escape room) y se formarán en robótica, educación emocional y metodologías activas.

■ Como cada año, SIMO Educación, la feria de referencia en innovación educativa, contará con un completo programa de conferencias, presentaciones y talleres, en el que las nuevas tendencias pedagógicas y tecnológicas serán absolutos protagonistas. Inteligencia artificial, neuroeducación, breakout en educación, (escape room), robótica, educación emocional y metodologías activas, así como la importancia de despertar el pensamiento crítico y creativo o la presencia de la filosofía en las aulas, abrirán un innovador horizonte en materia de educación que será motivo de análisis y debate en esta edición que,

organizada por IFEMA en colaboración con Educación 3.0, se celebrará de los próximos 13 al 15 de noviembre en el pabellón 14.1 de Feria de Madrid.

SIMO Educación Makers y experiencias docentes

La feria volverá a albergar el espacio Makers que tanta aceptación cosechó en la pasada edición. De nuevo, aglutinará las iniciativas innovadoras que se están realizando en los centros educativos de toda España. Otra de las novedades será la apuesta de SIMO Educación 2018 por la Formación Profesional, con la creación de un espacio centrado en experiencias y conferencias en torno a este importante segmento de la educación reglada.

Asimismo, las buenas prácticas docentes serán nuevamente uno de los grandes contenidos de referencia en la próxima edición de SIMO Educación. En esta ocasión, el jurado ha seleccionado un total de 30 experiencias de las 340 recibidas. Entre las iniciativas presentadas, se encuentran experiencias de todos los niveles educativos, con temáticas tan variadas como la gamificación en forma de juegos de escape (escape room y break out), videojuegos u otras herramientas; las iniciativas Steam, de robótica o programación; los proyectos maker e interdisciplinares; y las propuestas sobre diversidad afectivo-sexual, igualdad de género, discapacidad, educación emocional y en valores, o aprendizaje servicio.

Además, las 30 experiencias seleccionadas optarán a los Premios a la Innovación Educativa de SIMO Educación, que se fallarán próximamente.

SIMO Educación 2017.



Gamescom continúa creciendo en el año de su décimo aniversario

www.gamescom.global

Desde su inicio, hace ya 10 años, Gamescom ha estado creciendo continuamente en términos de número de expositores y visitantes.

■ En términos concretos, esto significa que la feria gaming de Colonia cuenta con un 100% más de expositores, un 45% más de visitantes y un 68% más de espacio expositivo que en 2009. Y todo parece indicar que Gamescom 2018 (del 22 al 25 agosto) aún arrojará mejores cifras. Por ejemplo, expositores de más de 50 países han confirmado su participación hasta la fecha, y se esperan 28 pabellones de 25 países en esta edición, cuyo país invitado es España: Australia, Argentina, Bélgica, Brasil, Chile, China, Estonia, Finlandia, Francia, Reino Unido, Italia, Canadá, Colombia, Corea del Sur, Croacia, los Países Bajos, Austria, Polonia, Rumania, Suecia, Suiza, Estados Unidos, Japón y Malta, algunos de ellos por primera vez.

Además, el evento de juegos cubrirá un espacio de 201,000 m² en total, con un área de negocios ubicada en los pabellones 1 a 4, y un área de entretenimiento en los pabellones 5-10. Además, durante toda la semana, tanto en el recinto ferial como en la ciudad, tendrá lugar un importante programa paralelo de presentaciones y conferencias sobre la actualidad y el futuro de los videojuegos, junto con actos conmemorativos del 10 aniversario del evento.

España, país invitado

El área de negocios de Gamescom es una destacada plataforma empresarial y comercial para la industria, y permite a comerciantes, representantes de medios, editores y desarrolladores intercambiar ideas con socios comerciales en un entorno exclusivo, establecer nuevos contactos e informarse sobre nuevos productos de la industria.

Siguiendo la tradición, el país socio, este año, España, estará fuertemente representado en el área comercial. Su pabellón abarcará 120 m² y, por primera vez en los diez años de historia del salón, un país socio no solo exhibirá en el área de negocios, sino que también reservará un espacio en el área de entretenimiento. Así, los entusiastas de los juegos de todo el mundo tendrán la posibilidad de experimentar la industria de los juegos en español, con charlas y talleres impartidos por expertos.

España también presentará la guía *Juegos desde España*, con una gran cantidad de información sobre el mercado de juegos en nuestro país y una visión general de las empresas españolas del sector.

Gamescom 2017.



Photokina 2018

inaugura una nueva era

www.photokina.com

Photokina se celebrará anualmente a partir de la edición de 2018, para reflejar la naturaleza acelerada y los ciclos de innovación más breves de una industria cada vez más digitalizada.

■ La 35ª edición de Photokina, del 26 al 29 de septiembre de 2018, la primera en que la feria dejará de ser bienal, recibirá a las principales empresas de la industria como Arri, Canon, Cewe, DJI, Epson, Fujifilm, Kodak Alaris, Leica, Manfrotto, Nikon, Olympus, Panasonic, Profoto, Sigma, Sony, Tamron y Carl Zeiss, que ya han confirmado su presencia. Temas como la fotografía móvil, el procesamiento y el reconocimiento de imágenes, las redes sociales como espacio de presentación, la holografía, las imágenes generadas por ordenador, la inteligencia artificial o la forma en que las

tecnologías de imagen ya están influyendo y continuarán influyendo en nuestra rutina diaria serán temas básicos de Photokina 2018.

El futuro de la imagen

La innovación estará presente en Imaging Lab, donde se creará un entorno ideal para la presentación de nuevos conceptos e ideas de negocios. Las empresas jóvenes, las instituciones de investigación y los líderes tecnológicos mostrarán aquí los productos y servicios que podrían definir el futuro de la imagen, dibujando nuevas perspectivas para los inversores, profesionales y visitantes privados por igual, con alrededor de 50 empresas expositoras, socias o patrocinadoras. También la fotografía móvil estará presente en Photokina, concretamente en el Mobile Imaging Lounge, donde firmas como Honor presentarán sus modelos actuales dotados de inteligencia artificial.

Digility

Digility (26 al 27 de septiembre en el pabellón 5.1), una conferencia y exposición B2B para tecnologías y servicios de realidad virtual, aumentada y mixta, 3D, 360° e inteligencia artificial, se celebrará a partir de esta edición en paralelo con Photokina tras su exitoso estreno en 2016 y su crecimiento en 2017, cuando llegó a 65 expositores y más de 1.400 visitantes. Digility, en camino de convertirse en el punto de acceso europeo de la escena de la realidad digital, abre una nueva dimensión de imagen con una extensa amplitud de ofertas.

Photokina 2016.



Climatización & Refrigeración 2019 se internacionaliza

www.ifema.es/climatizacion_01/

La próxima edición del Climatización & Refrigeración (C&R), que tendrá lugar del 26 de febrero al 1 de marzo de 2019 en Feria de Madrid, estará marcada por la internacionalización, la innovación y el conocimiento.

■ En este sentido, la principal feria española del sector climatización dispondrá de una mayor superficie de exposición, a lo largo de los pabellones 4, 6, 8 y 10, en línea con el crecimiento del mercado. Ya en su pasada edición, C&R experimentó un aumento del 23% en la participación, con

la presencia de 365 expositores directos de 26 países, así como en la cifra de visitantes, que se elevó a 49.935 profesionales de 80 países, lo que representó un incremento del 12%.

Internacionalización, conocimiento e innovación

Por lo que respecta a potenciar el cariz internacional del certamen, se reforzará la promoción en el exterior, y se diseñará un potente programa de invitados internacionales, organizado en colaboración con AFEC, AEFYT y AFAR, para garantizar la visita a C&R 2019 de compradores cualificados.

Por otra parte, y con el foco en la difusión del conocimiento, la organización de C&R, trabaja en el rediseño de los temas que conformarán el programa Foro C&R, con el fin de elevar la calidad y ofrecer unas Jornadas Técnicas que añadan valor a la visita de los diferentes profesionales que se dan cita en la feria.

Además, como en cada edición, la *Galería de Innovación* se hará eco de las principales novedades y del I+D+i sectorial, y la feria dedicará un capítulo especial a fomentar las buenas prácticas en la instalación, en los *Talleres de Técnicas Aplicadas a la Climatización (TAC)* y el *Taller de Refrigeración*.



Climatización 2017.

IFA, crisol de tendencias de electrónica de consumo y electrodomésticos

www.ifa-berlin.com

Del 31 de agosto al 5 de septiembre próximos, Berlín volverá a convertirse en el centro de atención del sector mundial de electrodomésticos y electrónica de consumo.

■ Todo está ya listo en la Messe Berlin para acoger una nueva edición de su feria estrella, la IFA, que volverá a mostrar las últimas tendencias tanto en electrónica de consumo como en electrodomésticos.

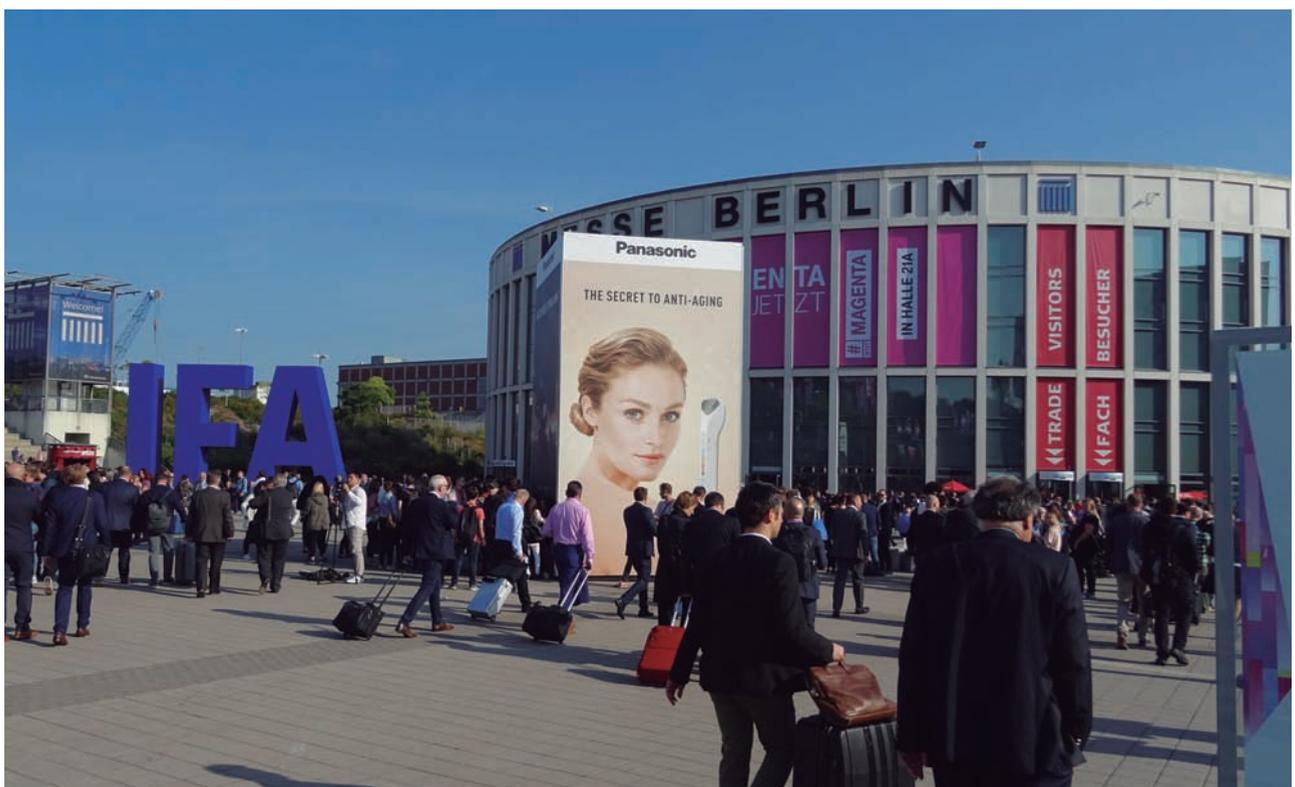
Así, temas como los dispositivos inteligentes y conectados para el hogar, las potentes aplicaciones de inteligencia artificial que están profundamente integradas en los productos de electrónica de consumo y bienestar, y los televisores con una calidad de pantalla cada vez mejor, serán algunos de los grandes creadores de tendencias protagonistas de la IFA 2018.

Algunas novedades de este año

Este año, IFA NEXT, espacio dedicado a start ups e innovación, crecerá significativamente, con aún más espacio dedicado en el Hall 26.

También con mayor crecimiento, repetirá este año, IFA Global Markets, evento que reúne a proveedores, fabricantes de componentes, OEM y ODM con una amplia gama de clientes potenciales en el espacio STATION Berlin, cerca de Potsdamer Platz. Conectado por autobuses gratuitos con el recinto de Messe Berlin, IFA Global Markets ha evolucionado rápidamente para convertirse en el salón de suministros para la industria de la electrónica de consumo más grande de Europa.

Un nuevo tema en IFA 2018 será Shift AUTOMOTIVE, evento bianual sobre el futuro de la movilidad, que explorará



En 2017, la IFA registró 252.000 visitantes, entre ellos, 145.000 profesionales de 121 países y contó con 1.800 expositores y 240.000 m²

cómo las nuevas tecnologías automotrices están cambiando la forma en que pensamos, vivimos y conducimos. Shift AUTOMOTIVE está impulsado de forma conjunta por el Salón Internacional del Motor de Ginebra, Palexpo, IFA y Messe Berlin.

El primer Shift AUTOMOTIVE tendrá lugar los días 4 y 5 de septiembre de 2018, junto con IFA en Berlín.

Inteligencia artificial

Otro de los temas que no podía faltar a la principal feria internacional del sector electro es la inteligencia artificial. Por eso, la conferencia inaugural del salón este año correrá a cargo del CEO de LG, Jo Seong-Jin, y del director de tecnología de la multinacional coreana, I.P. Park, quienes serán los encargados de dar a conocer su visión ThinQ para la inteligencia artificial.

La primera conferencia de IFA, pronunciada por los dos directivos de LG, tendrá lugar el 31 de agosto en el Hall 26b de Messe Berlín y llevará por título "Think Wise, Be Free: Living Freer with AI".

El CEO Jo (en la imagen) proporcionará su visión sobre cómo la estrategia de inteligencia artificial de LG cambiará las vidas de los usuarios sobre la base de su filosofía única de una plataforma abierta, colaboración abierta y conectividad abierta.

El Dr. Park, por su parte, mostrará cómo esta tecnología cobra vida en productos cotidianos como frigoríficos, televisores y lavadoras, y cómo la estrategia abierta de inteligencia artificial de LG beneficia a los consumidores gracias a su enfoque de brindarles control y comodidad.

"Las conferencias de IFA proporcionan a los CEO y altos ejecutivos una plataforma comunicativa global para ideas y estrategias con visión de futuro", comenta Jens Heithecker, vicepresidente ejecutivo de Messe Berlin Group y director ejecutivo de IFA. "LG ha sido y sigue siendo un jugador global clave en el campo de la inteligencia artificial, por lo cual estamos muy contentos de que el Sr. Jo y el Dr. Park pronuncien el discurso inaugural de IFA este año".

El Sr. Jo lleva 40 años en LG y fue de los primeros convalidados en que la IA podía aprovecharse mejor para el mercado de consumo a través de los electrodomésticos. Habiendo ejercido numerosas responsabilidades en el negocio de electrodomésticos de LG, el Sr. Jo entendió desde el principio que, dado que los electrodomésticos estaban asociados con tareas domésticas, esta era un área que estaba madura para la innovación.

A él se le atribuye ser el primero en comercializar motores Direct Drive (DD), decisión que está tras el éxito de LG en la categoría de lavadoras en todo el mundo. Como jefe de la división de negocios de LG responsable de todos los electrodomésticos y el control del clima, el Sr. Jo continuó invirtiendo en I + D para mejorar la cartera de LG y ha continuado esta práctica como vicepresidente y CEO.



Por su parte, como CTO, la principal prioridad del Dr. Park es transformar LG en una compañía que ve la IA como su principal prioridad y motor de crecimiento futuro.

LG desarrolló ThinQ a finales de 2017 para identificar todos sus electrodomésticos, productos de electrónica de consumo y servicios que utilizan inteligencia artificial.

Los productos y servicios de LG ThinQ tienen la capacidad de utilizar el aprendizaje profundo y comunicarse entre sí, utilizando una variedad de tecnologías de inteligencia artificial de otros socios, así como la tecnología de IA propia de LG, DeepThinQ.

Hace un año, LG anunció la apertura del Laboratorio de Inteligencia Artificial en Seúl para reunir todas sus investigaciones sobre IA en tecnologías que reconocen, deducen y aprenden de voz, vídeo y sensores.

El Laboratorio AI de LG ha contribuido al desarrollo del primer aire acondicionado de aprendizaje espacial del mundo, así como de frigoríficos, lavadoras y robots aspiradores inteligentes.

Entradas con descuento

A mediados de junio se pusieron a la venta online las entradas para visitantes profesionales a la IFA 2018. La compra anticipada conlleva un ahorro del 35% con respecto a los precios directos en ventanilla durante la feria.

Entre los servicios añadidos que incluyen las entradas para visitantes profesionales figuran los siguientes:

- Servicio gratuito de autobuses: desde el aeropuerto de Tegel hasta el recinto ferial en tan solo 25 minutos. Además la feria dispondrá un servicio shuttle que le transportará por el interior del recinto diariamente de 8 a 19 horas.
- Fast Lane: acceso fácil y directo a la feria. Permite evitar las largas colas para registrarse y entrar por la alfombra roja (fast lane).
- Centro Internacional de Visitantes Profesionales: área exclusiva situada en la entrada sur (pabellones 1.1 y 2.1) donde de 8 a 10 de la mañana (antes de la apertura de la feria) se puede disfrutar de manera gratuita de un desayuno de trabajo, WiFi, sala de conferencias, stand internacional de prensa etc.

- Keynotes: Conferencias donde se exponen los desarrollos actuales y futuros de todas las áreas relevantes IFA. El acceso al centro Keynotes internacional será a partir de las 8 por la entrada sur y desde las 10 por las entradas norte y este. IFA 2016 Keynotes ya está disponible en on-line stream.

- Virtual Market Place: catálogo virtual con toda la información sobre los expositores y sus productos, herramientas de búsqueda de tendencias y novedades, desde cómo contactar con los expositores, concertar citas, organizar la ruta y completar la agenda. Todo para preparar la visita a la feria antes de salir.

- IFA Global Markets: tendrá lugar del 2 al 5 de septiembre de 2018. Situada a 30 minutos del recinto ferial Messe Berlin, se convierte en la plataforma ideal en donde solamente visitantes profesionales, proveedores, compradores y fabricantes de componentes se concentrarán en un único y exclusivo encuentro B2B. La feria dispondrá de un servicio gratuito y continuo de lanzaderas Messe Berlin – Berlin Station y viceversa.

<https://mb-av-spain.shop.secutex.com/list/otherProducts?lang=en-es>

sonitrón

Nuevas tecnologías



Agosto 2018

21/25 Gamescom

Feria de los juegos interactivos y el entretenimiento.

Colonia (Alemania)

www.gamescom-cologne.com

Septiembre 2018

31-08/05 IFA

Feria internacional de electrónica de consumo.

Berlín (Alemania)

b2b.ifa-berlin.com/en

20/23 Tokyo Game Show

Feria internacional de videojuegos.

Tokyo (Japón)

tgs.cesa.or.jp

25/28 Security Essen

Feria de la seguridad.

Essen (Alemania)

www.security-essen.de

26/25 eShow

Feria de eCommerce, marketing online, hosting, cloud y social media

Madrid (España)

www.the-eshow.com/madrid

26/29 Photokina

Feria internacional de fotografía.

Colonia (Alemania)

www.photokina-cologne.com

Octubre 2018

02/05 Ambiente Ukraine

Exposición profesional principal de vajillas, artículos para el hogar, electrodomésticos, regalos y fabricantes y distribuidores de artículos de decoración.

Kiev (Ucrania)

www.theprimus.com/!/primus-ambiente-ukraine

10/13 Music China

Feria internacional de instrumentos y servicios musicales.

Shanghai (China)

music-china.hk.messefrankfurt.com

13/16 HK Electronics Fair

Feria de la electrónica de Asia. Edición de otoño

Hong Kong (China)

www.hktdc.com

16/18 IOT Solutions World Congress Barcelona

Feria mundial sobre Internet de las Cosas

Barcelona (España)

www.iotsworldcongress.com

Octubre 2018

16/19 CEATEC

Feria de la electrónica de consumo y multimedia.
Tokyo (Japón)
www.ceatec.com

24/26 Game Connection Europe

Feria europea de videojuegos
París (Francia)
www.game-connection.com

27/29 Madrid Gaming Experience

La gran feria del videojuego.
Madrid (España)
www.ifema.es/madridgamingexperience_01

25 Mobile Commerce Congress

Feria española del Mobile Commerce.
Madrid (España)
mobilecommerce.es

Noviembre 2018

13/15 SIMO Educación

Salón de la tecnología para la enseñanza
Madrid (España)
www.ifema.es/simoeducacion_01

13/16 Electronica

Feria internacional bienal de componentes electrónicos, sistemas y aplicaciones.
Múnich (Alemania)
www.electronica.de

29/02-12 Cybercamp

Evento para promover y captar el talento con habilidades y conocimientos en ciberseguridad.
Málaga (España)
cybercamp.es

13/16 MATELEC

Salón Internacional de Soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica
Madrid (España)
www.ifema.es/matelec_01/

21/22 Madrid Retail Congress

Evento de referencia en el sector del comercio minorista.
Madrid (España)
www.madridretailcongress.com

29/02-12 Barcelona Games World

Feria europea del videojuego.
Barcelona (España)
www.barcelonagamesworld.com

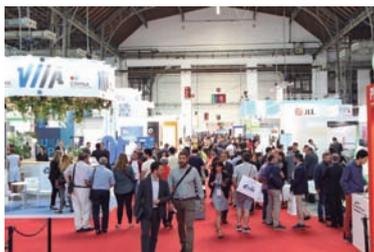
Expodrónica 2018

Del 4 al 5 de julio, en el pabellón 5 de Feria de Madrid, se celebró Expodrónica (Feria Internacional de Drones de Uso Civil) 2018, la edición más experiencial, internacional y deportiva de las celebradas hasta la fecha y la primera en Madrid. Estuvieron presentes las principales empresas españolas que ya operan con drones, como Everis, Telefónica, Grupo Suez, Indra, Unifly, IBM, Endesa, Ferrovial, Airbus... Paralelamente, tuvo lugar, en la Plaza de Toros de Las Ventas, la Drone Champion League.

Novedades de SIL Barcelona en su 20º aniversario

El Salón Internacional de la logística y de la Manutención de Barcelona (SIL) cerró sus puertas el pasado 7 de junio, tras dos jornadas de exhibición en el recinto Montjuic de Fira Barcelona. En esta ocasión, que ha sido también la del 20 aniversario de la cita ferial, el tema del Congreso fue *Logística e Industria 4.0, una conexión necesaria*, y la comunidad autónoma invitada, Valencia. SIL 2018 agrupó a agentes de varios sectores, como compañías y organizaciones del sector de los sistemas de transporte y logística, infraestructuras e inmobiliaria; de almacenaje, equipamientos y manutención; y de telemática, eBusiness, telecomunicaciones y soluciones de tecnología de la información. Ya consolidado como la feria de líder de Logística, Transpor-

te, Intralogística y Supply Chain en España y el Sur de Europa, el salón contó con una zona de exposición de 22.000 m² brutos.



AMETIC, en el 1º foro S-Moving

Los días 17 y 18 de octubre en el Palacio de Congresos de Málaga, AMETIC fomentará el papel de la industria electrónica aplicada a la movilidad autónoma y conectada, en la primera edición del foro S-Moving. La patronal del sector tecnológico y digital español y el Smart, Autonomous and Unmanned Vehicles Forum han alcanzado un acuerdo de colaboración para que la asociación colabore en la primera edición del evento, un foro transversal pionero en Europa, centrado en el desarrollo tecnológico en torno a la movilidad inteligente, autónoma, conectada y no tripulada.



ECODAN Híbrido, de Mitsubishi Electric, en la feria Edifica

Del 28 al 30 de junio, en la primera edición de la feria Edifica

en Pamplona, Mitsubishi Electric, presentó la gama ECODAN Híbrido, que permite calentar gratis el agua destinada al consumo humano, utilizando el calor que el aire acondicionado extrae de las habitaciones cuando la máquina funciona en verano, con un consumo eléctrico para el hogar inferior a los 2 kW. Además, este sistema permite prescindir del suministro de gas, de combustible y de la obligación de inspecciones periódicas.



Los mejores chefs, con Miele

Como premium partner de los premios The World's 50 Best Restaurants de 2018, Miele patrocinó en exclusiva los #50BestTalks, conferencias con algunos de los mejores chefs del mundo. Este año se celebró en el Basque Culinary Center de San Sebastián, y participaron Joan Roca, Eneko Atxa, Gaggan Anand, Paul Pairet, Dan Barber, Christina Tosi y Clare Smyth.

Nuevos Combi



*Total No Frost
Multi Air Flow System
Luz interior LED
Función Super Frio
Clase T (Tropical)
Capacidad neta: 295 l.*

nevir

NEVIR, S.A.

P.E. Puerta de Madrid - C/ Canteros, 14
28830 - San Fernando de Henares - Madrid - España
T. 902 767 777 - 917 542 418 - info@nevir.es



nevir.es

SOGO®

Human Technology

Disfruta de un verano fresco.



Ventilador de Pie
de Metal 40cm
Ref: SS-21055



Ventilador Box
Ref: SS-21115



Ventilador
de Pie 40cm
Ref: SS-21210



Ventilador de Suelo
de Metal (Varios tamaños)
Ref: SS-21040



Ventilador de Pie
con Nebulizador
Ref: SS-21215



www.sogo.es