

**AEG**

# ROJO ES ROJO

NO ES ROSA DESPUÉS DE  
TREINTA LAVADOS.



**LAVA SIN MIEDO**

Lavadora **SERIE 9000** con SoftWater.  
Agua más pura. Colores más vivos.

**sonitrón**

REVISTA PROFESIONAL DE ELECTRODOMÉSTICOS, ELECTRÓNICA DE CONSUMO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS  
[sonitron.net](http://sonitron.net) 426/2018

Las tiendas  
MediaMarkt que  
más venden

---

Javier Panzano habla  
sobre la experiencia  
de compra

---

Especial  
Bazar Navidad

---

Hacia la  
climatización perfecta



# TASSIMO

## PRESS PLAY.

# ¡1, 2, 3, SONRÍE!

**CON TASSIMO, BEBE CADA DÍA LO QUE TE APETEZCA.** Nuestras cafeteras multibebidas te ofrecen una amplia carta de variedades con tan solo pulsar un botón: desde diferentes especialidades de café, hasta té selectos, pasando por un chocolate caliente. Y siempre de las mejores marcas.



TASSIMO happy



TASSIMO vivy2



TASSIMO suny



TASSIMO my way



tecnología Tassimo  
**INTELLIBREW**

Las cápsulas de las máquinas multibebidas TASSIMO incorporan un código de barras que la cafetera interpreta para saber qué temperatura debe usar o la cantidad de agua necesaria. En Bosch nos ocupamos de que tu TASSIMO tenga todas las funciones para servir la bebida perfecta.



**BOSCH**

**3 Editorial**

Luces de Navidad

**6 On / Off**

**8 Curiosidades**

**Actualidad**

**10** ANCECO ofrece pistas sobre la transformación digital

**14** Entrevista con los responsables de Beko y Grundig España

**18** Las tiendas MediaMarkt que más venden

**20** Javier Panzano habla sobre experiencia de compra

**25 Breves**

**Producto**

**26** Especial Bazar Navidad

27 Gama blanca

29 PAE

34 Electrónica de consumo / otros

**38** Hacia la climatización perfecta

**50** Gaming: la próxima frontera del consumo

**Ferias**

**54** CES 2019

**56** Calendario

**58** Breves

10



14



20



26



38



50

54



- ▶ Dirección editorial / financiera: [administracion@globalcc.es](mailto:administracion@globalcc.es)
- ▶ Redactor jefe: *Javier Gómez* [javier.gomez@globalcc.es](mailto:javier.gomez@globalcc.es)
- ▶ Redacción: *Eva Durán* [redaccion@globalcc.es](mailto:redaccion@globalcc.es)
- ▶ Directora de publicidad: *Luisa Perales* [lperales@globalcc.es](mailto:lperales@globalcc.es)
- ▶ Dirección de arte / Diseño: *Javier Lanzas* [dsgn@globalcc.es](mailto:dsgn@globalcc.es)
- ▶ Suscripciones: [contabilidad@globalcc.es](mailto:contabilidad@globalcc.es)
- ▶ Impresión: Comgrafic, S.A. D.L.: B-33-762-67



En portada:  
AEG  
[www.aeg.com.es](http://www.aeg.com.es)

**426**

Desde 1967

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

[sonitron.net](http://sonitron.net)

[sonitron@sonitron.net](mailto:sonitron@sonitron.net)



# Luces de Navidad



■ Con el transcurso de la campaña navideña, la época del año en la que más compras se producen, hemos querido encender en este número de SONITRÓN, a través de los diversos reportajes y artículos, (como si de un árbol de Navidad se tratara) luz sobre algunos temas que consideramos de interés para todos.

Así, el XII Congreso de ANCECO enciende una primera luz en torno a la transformación digital: ¿hemos dado el paso ya en nuestros negocios, o nos lo hemos planteado, al menos?

Una entrevista con Javier Panzano, anterior consejero delegado de Euronics España y actual CEO de la consultora Taktic, nos sirve para apuntar otro foco hacia la experiencia de compra, parte importante del éxito de un negocio como el de todos vosotros. Acertar con esa tecla es fundamental para asegurarnos el futuro.

El segmento de climatización supone otra fuente luminica considerable. Se trata de productos de primera necesidad

que en nuestras tiendas, junto a los anteriores puntos de luz aquí mencionados, pueden dar mucho juego. Ofrecemos el punto de vista de fabricantes líderes sobre tendencias y temas de actualidad para que nos ayuden a conseguirlo.

Otros temas interesantes de este número pasan por la entrevista con los principales responsables de Beko y Grundig en España, que tratan de explicar el porqué de la exitosa evolución de dichas marcas en nuestro mercado; también por el ya tradicional Bazar de productos propio de estas fechas; igualmente, incluimos un ranking con la cifra de negocio de 2017 de la mayoría de tiendas de MediaMarkt en España (para que vean y comparen las que más venden); y, por último, ofrecemos otro destello, relativo a una de las categorías que mayor crecimiento está registrando en el mercado y que brillará con luz propia durante estas fechas: la de Gaming.

Esperamos que lo disfruten y aprovechamos para desearles unas felices y provechosas fiestas, lo mismo que para todo el nuevo año 2019.

# El aire como fuente gratuita de climatización.



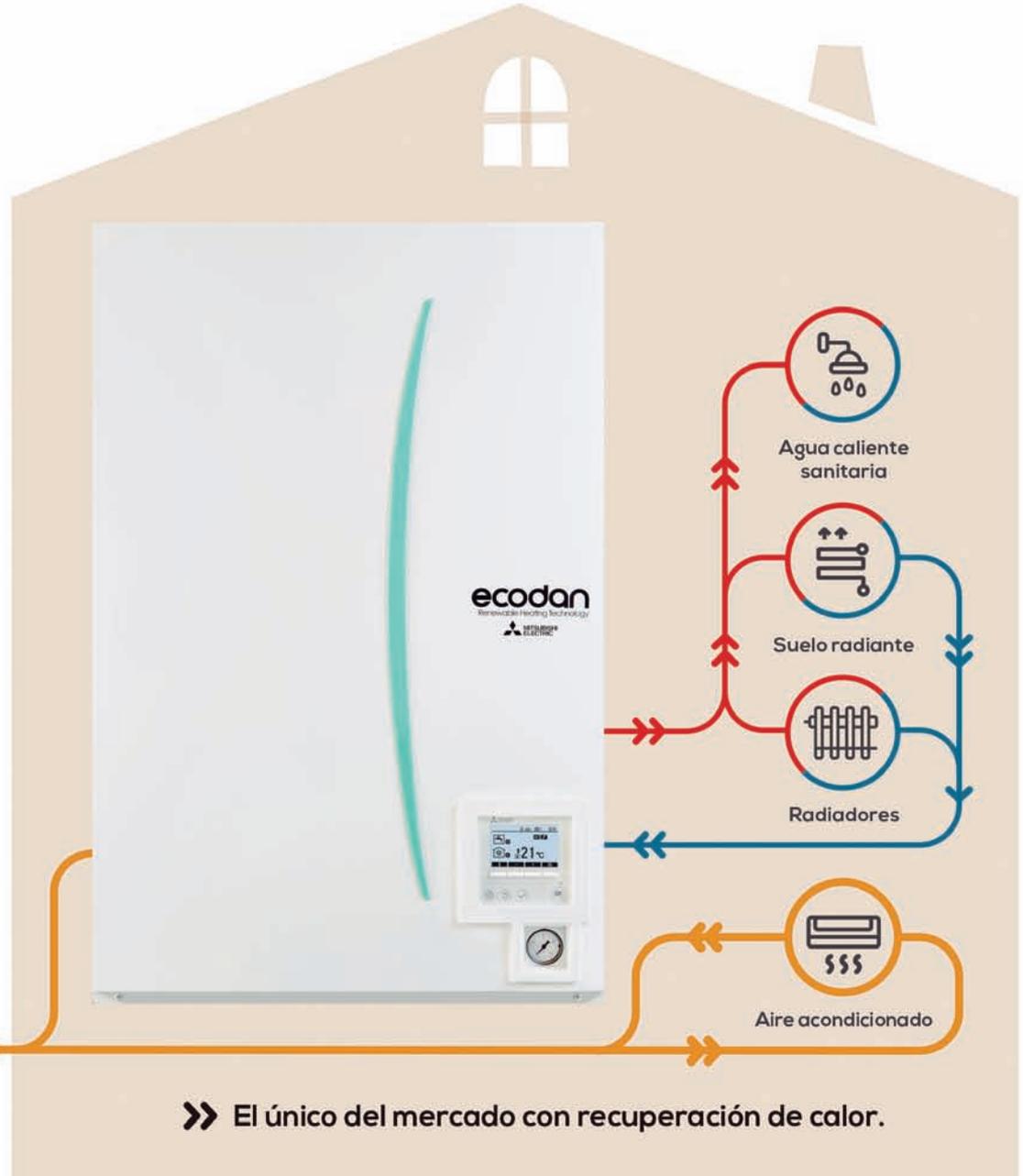
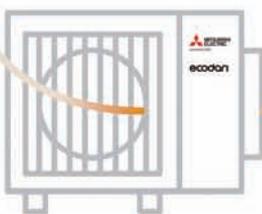
Calefacción, aire acondicionado  
y ACS en **un único sistema.**



La **aeroterminia** utiliza el aire exterior como fuente **gratuita** de climatización.

Por eso con Ecodan **pagas solo el 25%** de la energía que consumes.

A+ A+



» El único del mercado con recuperación de calor.

¡Hasta un  
50% de ahorro  
en la factura!

- ⊖ Sin instalación de gas o combustible, 100% eléctrico.
- ✓ Sin inspecciones periódicas.
- ♻ Energía renovable.



## Calbet y Beko, con los damnificados de las riadas de Mallorca

El pasado mes de octubre, las fuertes lluvias que asolaron Mallorca se cebaron especialmente con el municipio de Sant Llorenç des Cardassar, donde muchos de sus vecinos se vieron afectados por las inundaciones.

Por este motivo, y en solidaridad con las personas damnificadas por las riadas, la cadena de tiendas de electrodomésticos Calbet y el fabricante de productos de gama blanca, Beko, realizaron una donación de productos valorada en unos 9.000 euros. Concretamente, tanto el distribuidor como el fabricante de electrodomésticos dieron 10 lavadoras, 10 frigoríficos, 10 televisores y 30 planchas, que se repartieron entre las familias del municipio que más lo necesitaban.

Con esta donación, Calbet y Beko han querido manifestar su apoyo al pueblo de Sant Llorenç des Cardassar y mostrar su solidaridad con los vecinos afectados. Dicen que los amigos y las buenas personas, cuando realmente dan la cara es en las desgracias como estas. Felicidades a estas dos empresas por su iniciativa solidaria.



## Doctor Google

El auge de las nuevas tecnologías y el miedo a reconocer a los profesionales de la sanidad determinadas patologías, especialmente aquellas de carácter más íntimo, hace que muchas personas prefieran consultar todo lo relacionado con sus problemas de salud por internet. Es lo que se conoce como "Doctor Google".

Teclear en un buscador los síntomas relacionados con un trastorno de salud como punto de partida para un tratamiento conlleva un riesgo importante, por lo que lo que se recomienda en estos casos es acudir a un profesional de la medicina. El autodiagnóstico está basado en un desconocimiento que puede desembocar en medidas desesperadas, como la automedicación, un problema de salud pública que se manifiesta de varias maneras: desde la compra de medicamentos sin receta, hasta los anuncios publicitarios donde se ofrecen los productos como la solución definitiva para cualquier trastorno. Se trata de un problema que va a más, ya que cada vez hay mayor facilidad para acceder a un mercado sin control por internet.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) estima que los fármacos que se venden fuera del circuito legal alcanzan el 1% del mercado en los países más desarrollados, un porcentaje que a nivel global sube hasta casi el 10%. Entre los más demandados destacan los antidepresivos o los que 'curan' la disfunción eréctil.

Los médicos están para algo y las consultas por internet, además de erróneas, pueden hacernos perder un tiempo precioso para la resolución del problema, un problema que seguramente habrán de terminar solucionando los profesionales de la salud.



Elegante por fuera  
Inteligente por dentro  
Daikin Stylish

## Descubre Daikin Stylish: La tecnología japonesa más avanzada del mercado.

Daikin Stylish no es solo una unidad de aire acondicionado con un diseño atractivo, es, además, un equipo de climatización con las mejores prestaciones técnicas del mercado.

Daikin Stylish lo tiene todo: elegancia por fuera e inteligencia por dentro.

Sus reducidas dimensiones, hacen de Daikin Stylish la unidad de pared más compacta del mercado que, además, ofrece una máxima eficiencia energética (A+++), y unos altos niveles de confort gracias a sus dos sensores térmico y de movimiento, su bajo nivel sonoro (solo 19 dBA) y su control wifi incluido de serie.

Más información: [www.daikin.es](http://www.daikin.es)



# Stylish





### Tazas Ember

La taza Ember y la taza de viaje Ember cuentan con una tecnología térmica que mantiene las bebidas calientes a una temperatura exacta en el rango de entre 50 y 62,5 °C. Las tazas se conectan a la aplicación Ember, que viene con el producto, ofreciendo una experiencia totalmente personalizada. Esta aplicación permite seleccionar la temperatura de consumo deseada, recibir notificaciones cuando se alcanza dicha temperatura, controlar el consumo de cafeína, guardar ajustes predefinidos para las bebidas calientes, programar un temporizador para el té... También se puede ajustar la temperatura de la taza de viaje girando el dial situado en la base. Diseñada para ser usada en cualquier lugar, la taza de viaje Ember mantiene las bebidas a la temperatura deseada durante unas dos horas

o, si se utiliza con el posavasos de carga incluido, durante todo el día. La nueva taza de viaje Ember (PVPO 179,95€) y la taza Ember (PVPO 99,95€) están disponibles en color blanco y negro en las tiendas Apple y en [www.ember.com](http://www.ember.com)

### Pelota para secadora DR Beckam

La Pelota para secadora Dr. Beckmann promete una ropa suave, que facilita el planchado, y perfumada en un solo paso. Gracias a su tecnología "taco y espiral" reduce visiblemente las arrugas, ya que sus tacos especialmente redondeados suavizan los tejidos y preparan la ropa a la perfección para el planchado. Además, su tecnología de vanguardia asegura una circulación óptima, levantando y separando las prendas individuales, ahorrando tiempo de secado y, por tanto, energía. La pelota se coloca en posición vertical junto con la carga dentro de la secadora. Opcionalmente, también se puede rellenar con la variedad de *Fragancias de Lavado* de Dr. Beckmann. [www.dr-beckmann.ee](http://www.dr-beckmann.ee)



### Smartphone robusto Doogee S80

El Doogee S80 combina un walkie-talkie digital y un smartphone robusto con bandas globales 2G, 3G y 4G. Dispone de las certificaciones IP68, IP69K y MIL-STD-810G. Este dispositivo de comunicación funciona en los exteriores, sin necesidad



de una red móvil. Es especialmente práctico en las áreas de montaña, bosques, islas aisladas y áreas desérticas. La configuración funciona en las frecuencias de 400-480MHz de ancho y hasta 10 km de distancia efectiva. Además, para que el sonido del intercomunicador sea más nítido y ruidoso, está equipado con dos altavoces de calidad HD. El dispositivo ofrece, además, una resistencia acuática de hasta 15 ATM, un nuevo grado adecuado para el surf recreativo, natación, snorkeling, vela, deportes acuáticos, buceo... Su batería ofrece una potencia masiva de 10080 mAh. Para que la recarga sea más conveniente y eficiente está equipado con la tecnología de carga de flash 12V / 2A y posee funciones de carga inalámbrica. Se podrá comprar en las tiendas web de Aliexpress o Banggood.

[www.doogee.es](http://www.doogee.es)

### Horno de pan Cloer

La firma Cloer ha creado este electrodoméstico de rápida cocción para pan, bocadillos, pasteles... Destaca, según la marca, por su rapidez de cocción. Cuenta con 570 vatios de potencia y rejilla extraíble para facilitar su limpieza. Tiene un precio de venta al público de 82,16 euros.

[www.scyse.com](http://www.scyse.com)

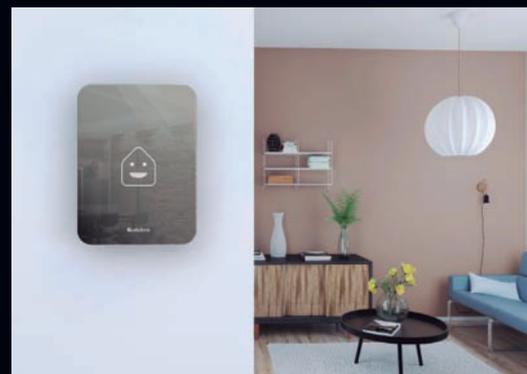


### Sensor de calidad de aire Walter

Aldes, especialista en soluciones de ventilación y purificación de aire, lanza Walter, un dispositivo conectado que mide y controla la calidad del aire interior. Conectado a la aplicación AldesConnect, accesible desde un teléfono inteligente, Walter también intercambia información de forma remota y en tiempo real con su propietario.

Walter integra cuatro sensores: de CO<sub>2</sub> (analiza la concentración de carbono en el aire y alerta cuando su umbral es demasiado alto); de COV (Compuestos Orgánicos Volátiles, perjudiciales para la salud); de H<sub>2</sub>O (evalúa el grado de humedad) y el sensor de PM 2.5 (dedicado a partículas finas en suspensión). Walter también informa sobre el nivel de calidad del aire exterior a través de un algoritmo único que muestra, en tiempo real y

cerca de la calle, las mediciones de dióxido de carbono, dióxido de nitrógeno, ozono, partículas finas y dióxido de azufre. Por último, el dispositivo también comunica la temperatura de la habitación en la que está instalado. [www.aldes.fr](http://www.aldes.fr)



### Cyclofry Plus de Russell Hobbs

Cyclofry Plus permite freír, hornear, asar y cocinar al grill sin aceite. Su cestillo giratorio consigue una buena cocción uniforme evitando tener que remover la comida. Con una capacidad de hasta 1 kilo, el cestillo puede lavarse en el lavavajillas. Cyclo-

fry Plus también incluye un asador giratorio y un accesorio de Kebab. El aparato, con una potencia de 1.300 W, dispone de una resistencia halógena con ventilador para hacer circular el aire y controles táctiles digitales. Su PVPe es de 154,99 €

[www.russellhobbs.es](http://www.russellhobbs.es)

# ANCECO

## ofrece pistas sobre la transformación digital

[www.anceco.com](http://www.anceco.com)

La transformación digital fue el tema protagonista del XII Congreso Nacional de Centrales de Compra y Servicios organizado por ANCECO, Asociación Nacional de Centrales de Compra y Comercio Organizado, y celebrado el pasado 22 de noviembre en Barcelona.

■ El XII Congreso Nacional de Centrales de Compra y Servicios de ANCECO dio pistas sobre los cambios que habrán de afrontar las empresas, como consecuencia de la llegada e implantación de las nuevas tecnologías. En este contexto de sensación de tsunami tecnológico y ante una audiencia motivada, compuesta fundamentalmente por directivos de empresas de los diferentes sectores que forman parte de ANCECO, entre ellos, el electro, el presidente de la asociación de centrales de compra, Jordi Costa, quiso dejar clara una cosa: el valor de las personas que forman parte de las empresas y su humanidad, porque las tecnologías solas, por sí mismas, no sirven.

"Somos las personas las que ideamos los métodos para ser más eficientes. Somos el motor y no hay que olvidarlo, porque la riqueza de nuestras empresas son las personas que las componen" –dijo Costa. La tecnología es una herramienta indispensable, pero no se pueden perder los valores humanos en un mundo cada vez más tecnológico.



Jordi Costa.

Costa también habló del modelo de cooperación de las centrales de compras y servicios, en las que los intereses individuales están supeditados a los del grupo, y de la necesidad de trabajar en equipo para avanzar.

El gerente de Anceco, Alvaro Otal, por su parte, comparó las centrales de compra con los camiones de turistas que visitan las reservas africanas y que se pueden acercar a los leones sin que estos les ataquen, porque los animales ven el conjunto como seres más poderosos que ellos, algo que, lógicamente no sucedería si alguien bajara y se separase del camión.

Otal se refirió a ANCECO y los 31.000 puntos de venta de sus 55 socios, además de a la fuerza de las centrales de compra en España, que facturaron 89.000 millones de euros en 2017 y crecieron un 6,8% muy por encima del índice del comercio minorista, que fue del 1,4%.

El gerente de ANCECO también se refirió a los recientes encuentros llevados a cabo por la asociación con las administraciones para poner en valor su modelo de negocio y, en este sentido, habló de entendimiento con la Secretaría de Estado de Comercio. Otal solicitó la presencia de las empresas en las reuniones de ANCECO con las administraciones y pidió compromiso porque la implicación es lo que diferencia a los equipos de los grupos.

## Xavier Sala Martín

Uno de los platos fuertes de la mañana fue la intervención del mediático economista catalán Xavier Sala Martín, que se refirió a la actual cuarta revolución industrial como la más potente de todas las que se han producido a lo largo de la historia. El economista y profesor universitario citó a la neurociencia y a la inteligencia artificial, entendida como la capacidad de las máquinas para aprender y tomar decisiones por sí mismas, como palancas poderosas de esta nueva revolución.

En este sentido, dijo por ejemplo que la realidad del vehículo autónomo terminará con los accidentes de tráfico que provocan cada año 1,3 millones de muertes, aunque por el contrario, destruirá el empleo de los 65 millones de personas que se dedican actualmente al transporte. Con este ejemplo quiso poner al descubierto la doble cara, una positiva y otra negativa, que los avances tecnológicos llevan aparejados.

Sala Martín, sin embargo se mostró convencido de que estos cambios, aunque destruyan puestos de trabajo, supondrán también nuevas oportunidades para el empleo y la economía, porque siempre acaban apareciendo nuevos sectores impredecibles que mueven el mercado.

Xavier Sala Martín ofreció a las empresas recetas como abrazar el cambio de forma flexible; tener una visión de 360° y observar todos los sectores, porque nunca se sabe dónde puede aparecer una oportunidad; cuestionar todos los aspectos del negocio; tener capacidad de adaptación; colaborar con otros; practicar la experimentación equilibrada (probar las nuevas ideas con cabeza) sabiendo que la innovación no es lo que se inventa sino lo que se implementa; porque no hacer nada, nunca es la solución.

## José Andrés Cardiel

José Andrés Cardiel, de la empresa Taktic Business & Technology, habló del elevado número de innovaciones que aparecen y del poco tiempo que hay para incorporarlas. Así, dijo que cualquier implantación tecnológica requiere unos cambios previos para conseguir los resultados. En el ámbito de las centrales de compra, el res-



José Andrés Cardiel

ponsable de Taktic dijo que se mira mucho al proveedor y poco a los que están al otro extremo de la cadena, a los consumidores. En este sentido, recordó la necesidad de poner el foco en los consumidores e identificó algunas barreras que impiden los resultados en las centrales de compra.

Aspectos como el personalismo a la hora de tomar decisiones, la visión cortoplazista de las organizaciones, o la falta de rumbo claro que desmotiva al equipo humano son claros lastres.

Cardiel también apuntó la duplicidad y exceso de recursos que muchas veces las empresas aportan a las centrales, o el hecho de que, a la hora de invertir, se prime más el repartir, lo que termina lastrando la competitividad.

Otro punto clave señalado por el directivo de Taktic fue la información, porque si no se comparte información se resta eficacia. Cardiel puso de manifiesto, asimismo, la necesidad de crear una cultura digital en las empresas para ofrecer soluciones digitales a los problemas, lo que implica invertir en capacitación para los profesionales.

*La transformación digital es un viaje estratégico -dijo-, un cambio cultural y organizacional que, impulsado por las tecnología, ha de ayudarnos a redefinir la propuesta de valor. Para acabar, citó cuatro etapas para la transformación digital: definir de forma clara cómo queremos ser y cuál es nuestra propuesta de valor; elegir un driver estratégico que nos lleve a lo que queremos ser; trabajar en lograr capacidades digitales y promover el cambio; y construir el modelo de negocio definido.*



Jaime de Jaraíz.

### Ricardo Lop

Una de las intervenciones más amenas fue la de Ricardo Lop, que con anécdotas curiosas y divertidas, explicó el caso de éxito de su tienda online, Aceros de Hispania. Lop recordó la complejidad y fallos de los inicios, dado su desconocimiento (era agricultor en un pueblo de Teruel) y puso en valor la visión global del negocio, que no es otra que la de vender a cualquier parte del mundo en la que haya alguien interesado en comprar sus productos.

Dijo que, a veces, hay productos donde los portes, por la distancia del país del comprador, cuestan mucho más que el valor del producto, pero que aún y así, la gente compra. Otro aspecto destacado del negocio es la atención al cliente: *hay que atender muy bien, rápido y con ganas*, dijo, lo que implica tener en estos puestos a profesionales a los que les guste tratar con la gente. También mencionó la usabilidad de la web para facilitar las compras.

Ricardo Lop se refirió igualmente a la importancia de los proveedores, porque hay la tendencia de *machacarlos con precios e historias y son tan importantes como los clientes. Por lo que lo primero que hay que hacer es pagarles pronto* -apuntó.

### Jaime de Jaraíz

El director de la filial española de LG, Jaime de Jaraíz, dijo que su compañía quiere liderar el mercado del Internet de las Cosas, porque permitirá hacer mucho y mejor. De Jaraíz también apuntó un entorno de humanidades donde las relaciones personales serán más importantes porque

el resto, lo harán las máquinas. "Las nuevas tecnologías nos permitirán disfrutar de la vida"- dijo.

Jaime de Jaraíz recordó lo rápido que avanza todo desde hace unos diez años y del reto que supone afrontar el cambio. Recordó sin embargo que hay cosas que no cambian, como el enfoque en el cliente, la cercanía y la proximidad. Ligado a esto habló de personalización y de que en el futuro habrá tantos precios como clientes porque internet sabe más de nosotros que nosotros mismos.

Así, dijo que la clave está en saber llegar al cliente, conectar con él y ofrecer algo que otros no puedan, algo que ya es posible con las nuevas herramientas digitales. Y, en paralelo, de Jaraíz quiso recordar el valor del punto de venta físico, como el gran activo de la cercanía a los consumidores.

### Silvia Leal

Por último, Silvia Leal, experta en transformación digital, citó a la OCDE para referirse a que el 80% de los puestos de trabajo que hoy conocemos desaparecerán en los próximos 10 años, reemplazados por otros que aún no existen, y dejó otros datos como que el Internet de las Cosas generará en 2020 un negocio equivalente al de la industria farmacéutica multiplicado por dos y multiplicado por seis en 2025; o que la inteligencia artificial destruirá 1,8 millones de puestos de trabajo pero generará 2,3.

Entre las olas tecnológicas que vendrán para mejorar la vida y los negocios se refirió a la realidad aumentada, a la gamificación en educación, al blockchain, a los robots, a la inteligencia artificial, al big data o a los chatbots, una tecnología que dialoga y razona.

Leal dibujó un presente futuro que parecía sacado de una película de ciencia ficción y, en ese contexto de aparente perfección, rompió una lanza en favor de los humanos, porque las máquinas, al estar hechas a imagen y semejanza nuestra, no son perfectas. En este sentido, apuntó que siempre habrá tareas que los humanos seguiremos haciendo mejor que las máquinas.

EL FRÍO LLEGA EN SILENCIO.



Y SE VA.

**LLEGA EL CÁLIDO INVIERNO FUJITSU**

Los splits de Fujitsu integran calefacción y aire acondicionado para disfrutarlos todos los días del año. La opción más cálida y silenciosa para olvidarse de la temperatura exterior.



[disfrutaelfujitsu.com](http://disfrutaelfujitsu.com)

# Entrevistamos a...

## los responsables de Beko y Grundig España

[www.beko.es](http://www.beko.es) / [www.grundig.com/es-es](http://www.grundig.com/es-es)



Cem Akant, Director general de Beko & Grundig en España.

“La distribución tradicional sigue siendo un canal de prescripción que aporta confianza y garantías al consumidor”

■ En los últimos años, la progresión de Beko en el mercado español ha sido más que notable. De esta evolución, del presente y del futuro tanto para Beko como para Grundig, hablamos con los principales responsables de ambas marcas en España: Cem Akant, CEO, y Manuel Royo, Director de Marketing, respectivamente.

**¿Cómo cerraron el pasado ejercicio 2017 y qué previsiones de facturación tienen para 2018?**

Beko Electronics España sigue creciendo en el mercado español, superando la facturación de 130 millones de euros conseguida en 2017, y está consolidada como la tercera marca a nivel nacional en gama blanca, según los datos de GfK. A nivel de grupo (Beko + Grundig) también se sitúa en el Top 3, según GfK (MDA 6).

**¿Cómo ven al mercado español de electrodomésticos?**

Este año ha sido un ejercicio positivo, en el que se han visto avances tecnológicos, sobre todo, en eficiencia energética.

Las grandes categorías de producto como *Frío* y *Lavado* continúan con crecimientos. Sin embargo, son otras categorías como *Cocción*, *Lavavajillas* y *Secado las locomotoras*, con aumentos por encima de la media.

**¿Qué objetivos se plantean para las marcas Grundig y Beko a corto y medio plazo?**

Nuestras marcas consolidan un sólido grupo, en el que cada una de ellas tiene su espacio definido en el mercado, con una clara estrategia y posicionamiento. Las dos se complementan y ofrecen soluciones para cada una de sus necesidades que demandan los consumidores.

Dicho esto, el objetivo pasa por mantener un crecimiento de doble dígito, consolidando la presencia de las marcas en el mercado; por reforzar nuestras relaciones con la distribución, proponiendo productos de valor para nuestros consumidores; y por resolver cualquier necesidad o requerimiento de nuestros clientes.



El Chef Martín Berasategui, (en el centro) embajador de Beko junto a Manuel Royo (izquierda) y Cem Akant (derecha).

¿Cómo son percibidas las marcas Beko y Grundig por la distribución y por los usuarios finales?

Disponemos de un abanico de posibilidades con Beko y Grundig que aporta diferentes soluciones a cada una de las necesidades del consumidor final. Todas ellas están fundamentadas en la innovación y en la última tecnología que aportan ambas marcas, pero con diseños y tecnologías claramente diferenciadas en su posicionamiento para atender a los diferentes públicos objetivos de cada una de las marcas.

Adicionalmente, las marcas cada vez son más reconocidas por el usuario final, lo que nos permite crecer en propuestas de producto y tecnologías.

A modo de ejemplo, Beko ha incorporado una nueva e interesante gama de pequeño electrodoméstico, además de todo su portfolio de electrodomésticos disponible en todas sus categorías, mientras que Grundig se ha convertido en una marca global, ofreciendo desde electrónica de consumo de última generación, hasta electrodomésticos, pasando por la gama de *Cuidado Personal*.

Gracias a esta propuesta, claramente definida y complementaria entre ambas marcas, nuestra distribución nos apoya a la hora de desarrollar un negocio conjunto y duradero, que para nosotros es lo más importante.

¿En qué medida contribuyen a la percepción que de sus marcas tiene la gente, acciones como el patrocinio del Barça, la iniciativa Eat like a Pro de Beko, o la colaboración con Martín Berasategui?

Por supuesto que nuestro patrocinio internacional del FC Barcelona, o nuestro embajador de marca Martín Berasategui, contribuyen de manera importante al reconocimiento de la marca, y especialmente al posicionamiento de la misma en los valores que compartimos, como son la búsqueda de la excelencia, el trabajo en equipo y el esfuerzo continuo en el desarrollo de nuevos productos para satisfacer todas las necesidades de nuestros consumidores.

Por otra parte, nuestras campañas de comunicación y concienciación también son importantes, por lo que implican. Es el caso de la nueva campaña *Eat like a Pro (Come como tus ídolos)*, que busca llamar la atención, aportando nuestro granito de arena, a situaciones que se presentan en nuestro entorno, como es el gran problema que supone la obesidad infantil, que se cifrará en 70 millones de casos, el año 2025, si no somos capaces de cambiar los hábitos de alimentación.

Aquí, con el apoyo de los nutricionistas del FC Barcelona y de Martín Berasategui, buscamos trasladar que se puede ayudar a las familias para llevar un estilo de vida más saludable, comiendo rico y con la ayuda de nuestras tecnologías para la



Lavadora Autodose de Beko.

cocción, que permiten preparar multitud de recetas apetitosas y sanas, y con alimentos que se mantienen frescos más tiempo gracias a nuestros frigoríficos.

**¿Qué otro tipo de iniciativas hay previstas para contribuir a reforzar/potenciar la imagen de marca de Grundig y Beko a nivel nacional?**

Durante este año 2018, y el próximo 2019, tenemos una serie de acciones muy definidas e importantes, como la iniciativa *Eat like a Pro*, con Beko que, como hemos comentado, está focalizada en la lucha contra la obesidad infantil.

Por su parte, la apuesta con Grundig es la iniciativa *Respect Food*, lanzada a finales de 2016, y que se basa en la concienciación contra el despilfarro de alimentos, que es especialmente grave en los países occidentales. Queremos darle la mayor visibilidad posible para que, entre todos, seamos capaces de distribuir y equilibrar los recursos alimentarios del planeta. Para esta iniciativa contamos con el embajador de marca Grundig, el Chef Massimo Bottura, que además de su propio proyecto personal en la misma línea, tiene el *Mejor Restaurante del Mundo*, según *The World's 50 Best*.

En este caso, además de apoyar con nuestra comunicación y colaboración con organizaciones afines a la causa, nuestro espíritu innovador nos lleva a aportar soluciones tecnológicas sostenibles que ayudan a mantener los alimentos más frescos y por más tiempo, aportando un ahorro extra, y también desarrollamos recetas de reaprovechamiento que compartimos en nuestras redes sociales y en nuestro blog [www.respectfood.com](http://www.respectfood.com) para que todo el mundo pueda disponer de ellas.

Grundig es muy conocida en España como marca de televisores, sin embargo sus productos de gama blanca no lo son tanto, ¿cómo está siendo la introducción de la gama blanca de Grundig en el mercado español?

La acogida que están teniendo nuestros productos por parte de los clientes es muy buena, especialmente, por la satisfacción de nuestros usuarios, ya que estamos ofreciendo un producto con identidad propia, con un diseño diferente, elegante, y acompañado de tecnología innovadora. A todo ello hay que sumar la solidez propia de la marca, que está contribuyendo a que encaje y se esté haciendo su espacio en el mercado español.

**¿Qué comportamiento tuvo la venta de televisores Grundig durante el Mundial de Fútbol de Rusia? ¿Qué esperan de sus nuevos televisores OLED conectados a Alexa?**

Como cada año de grandes competiciones deportivas, la estacionalidad de ventas se concentra en torno a esas fechas, y este año no ha sido una excepción. Consideramos, además, que hemos conseguido trasladar una propuesta atractiva que nuestros clientes han valorado.

Por otra parte, el lanzamiento de la tecnología Alexa integrada en nuestra nueva gama de TV OLED es un nuevo hito en la historia de Grundig, ya que es la única marca que permite ofrecer Alexa en el televisor sin necesidad de dispositivos extra.

La tecnología de última generación en imagen y sonido, se ve ahora complementada con la última innovación en conectividad, ofreciendo las últimas novedades en TV a los consumidores finales.

**¿Cómo creen que cambiará la conectividad, el IoT y las nuevas tecnologías el portfolio de productos del sector? ¿En qué medida Grundig y Beko están teniendo en cuenta esta realidad?**

Hoy en día la sociedad está interconectada y en el mundo de los electrodomésticos es sólo cuestión de tiempo que incorporemos todas las prestaciones que nos ofrece el mundo interconectado para que nuestros consumidores empiecen a sacar el máximo provecho del IoT. Todavía no hay una oferta atractiva y asumible económicamente pero, en un período de tiempo corto, llegará a nuestros hogares.

En ese sentido, tanto en Beko como Grundig ya se dispone de un abanico de opciones tecnológicas y productos que integran la interconectividad para aportar una experiencia única a los usuarios, permitiendo que los electrodomésticos interactúen ofreciendo soluciones de ahorro y fáciles para optimizar el tiempo y así poder disfrutar al máximo del hogar.

**¿Qué destacarían como características comunes a los productos de Grundig?**

Todo el catálogo de Grundig respira una identidad propia, de marca europea, conocedora de las necesidades de su público objetivo, que busca un producto extra en tecnología, diseño y calidad, siendo la solución para conseguir nuestro fin que es convertir su hogar en el mejor lugar donde estar.

Todo ello, comprometido con tecnologías y desarrollos sostenibles que ayuden a tener un entorno mejor, gracias a iniciativas como *Respect Food* o la fabricación con materiales reciclados.

**¿Cuál será el producto estrella de cada una de sus marcas en la próxima campaña de Navidad?**

Nuestro catálogo de productos es muy extenso y creemos que cada categoría dispone de estrellas para esta Navidad, si bien es un período donde las ventas se focalizan más en tecnología.

Posiblemente los televisores Smart y Oled tengan un protagonismo especial en Grundig, junto a sus productos de *Cuidado Personal* y *Audio*, pero estamos convencidos de que Beko ofrece grandes oportunidades en sus electrodomésticos y también en su novedosa gama de pequeño aparato electrodoméstico para *Hogar* y *Cocina*.

La sostenibilidad en el uso de materiales, en la reciclabilidad o en el consumo de energía y recursos son claras tendencias del sector. ¿Cómo tienen en cuenta sus productos estos aspectos?

Nuestro compromiso con el medio ambiente es parte de nuestro propósito como Grupo Arçelik, trasladable tanto a Beko como a Grundig. En este sentido, el lema: *Our*

*priority is the products production respecting Environment and Human Rights*, lo dice todo.

Para ello, estamos comprometidos con el reciclado de productos y su reutilización en plantas productivas, con tecnologías que ayuden a evitar el cambio climático y reduzcan el consumo de electricidad y agua. También, con tecnologías que permiten mantener nuestros alimentos más frescos y duraderos, optimizando la compra y reduciendo los desperdicios.

**¿Cómo ven el canal de distribución tradicional? ¿Cuáles son a su juicio sus puntos fuertes? ¿Cómo creen que pueden hacer frente al comercio online?**

Sigue siendo un canal de prescripción que aporta confianza y garantías al consumidor final. Estos valores son muy importantes para nosotros y los apoyamos en nuestra relación de negocio.

El mundo online forma parte de la estructura de distribución comercial, pero sigue siendo, actualmente, el modelo híbrido el más efectivo por parte de los clientes.

La combinación de investigación y búsqueda en los medios digitales junto con la visita a los puntos de venta para ver y tocar los productos, contrastando la información digital, sigue siendo el comportamiento habitual que aporta una ventana de oportunidad para los grandes profesionales del canal.

Televisor OLED de Grundig.



# Ranking de Tiendas MediaMarkt

## por cifra de negocio, ejercicio 2017

- Según importe neto de la cifra de negocio (en miles de euros) relativos a 2017.
- Información del registro mercantil.

(\*) Datos de 2016

Tienda	Cifra de negocio (en miles de euros)
1 MediaMarkt Barcelona La Maquinista	63.710 (*)
2 MediaMarkt San Sebastián de los Reyes	47.518
3 MediaMarkt Palma de Mallorca	43.809
4 MediaMarkt Girona	43.378
5 MediaMarkt Alcorcón	40.426 (*)
6 MediaMarkt Barakaldo	39.249 (*)
7 MediaMarkt Mataró	35.508
8 MediaMarkt Majadahonda	34.269
9 MediaMarkt Siero	33.421
10 MediaMarkt Alacant	32.411
11 MediaMarkt Granada	31.632 (*)
12 MediaMarkt Diagonal Mar Barcelona	31.355
13 MediaMarkt El Prat	31.127
14 MediaMarkt Terrassa	30.509
15 MediaMarkt Sant Cugat del Vallès	30.013 (*)
16 MediaMarkt Parets del Vallès	29.281 (*)
17 MediaMarkt Alcalá de Henares	28.860
18 MediaMarkt Cordovilla Pamplona	28.638
19 MediaMarkt Telde	28.483
20 MediaMarkt Tarragona	28.281
21 MediaMarkt Donosti	27.870
22 MediaMarkt Rivas VaciaMadrid	27.849
23 MediaMarkt Tenerife	27.691
24 MediaMarkt Valencia Campanar	26.752 (*)
25 MediaMarkt Lleida	26.612 (*)
26 MediaMarkt Madrid Castellana	26.372 (*)
27 MediaMarkt Madrid Benlliure	26.193
28 MediaMarkt Alfafar	26.078 (*)
29 MediaMarkt Gavá	25.931
30 MediaMarkt 3 de Mayo Santa de Cruz de Tenerife	25.174
31 MediaMarkt Madrid Plenilunio	25.170
32 MediaMarkt Getafe	24.811
33 MediaMarkt Leganés	24.745
34 MediaMarkt L'Hospitalet	24.578

## ACTUALIDAD

Tienda	Cifra de negocio (en miles de euros)
35 MediaMarkt A Coruña	24.481
36 MediaMarkt Palma de Mallorca Fan	23.273
37 MediaMarkt Castelló de la Plana	23.009
38 MediaMarkt Málaga - Plaza Mayor	22.918 (*)
39 MediaMarkt Las Arenas	22.888 (*)
40 MediaMarkt Las Palmas de Gran Canaria	22.616
41 MediaMarkt Santander	22.427
42 MediaMarkt Vitoria Gasteiz	22.310 (*)
43 MediaMarkt Zaragoza Puerta Venecia	22.303 (*)
44 MediaMarkt Málaga Centro	21.825 (*)
45 MediaMarkt Alcalá de Guadaíra	21.757
46 MediaMarkt Murcia - Nueva Condomina	21.358 (*)
47 MediaMarkt Logroño	20.960
48 MediaMarkt Orihuela	20.488
49 MediaMarkt Valladolid	20.390
50 MediaMarkt Madrid Villaverde	20.055 (*)
51 MediaMarkt Finestrat	19.755
52 MediaMarkt Sevilla Santa Justa	19.674
53 MediaMarkt Puerto Real	19.076
54 MediaMarkt Vigo	18.652 (*)
55 MediaMarkt Huelva	18.646
56 MediaMarkt Salamanca	18.251
57 MediaMarkt León	17.936 (*)
58 MediaMarkt Los Barrios	17.861
59 MediaMarkt Toledo, S.A.	17.705 (*)
60 MediaMarkt Córdoba	16.700 (*)
61 MediaMarkt San Juan de Aznalfarache	16.436
62 MediaMarkt Jerez de la Frontera	16.382 (*)
63 MediaMarkt Cartagena	16.104
64 MediaMarkt Gandia	15.886 (*)
65 MediaMarkt Elche	15.880
66 MediaMarkt Collado Villalba	15.685 (*)
67 MediaMarkt Islazul Madrid	15.573
68 MediaMarkt Zaragoza	14.831
69 MediaMarkt Massalfassar	14.428 (*)
70 MediaMarkt Murcia	14.158 (*)
71 MediaMarkt Quart de Poblet	13.988
72 MediaMarkt Badajoz	12.860
73 MediaMarkt Albacete	11.397
74 MediaMarkt Ferrol	11.113
75 MediaMarkt Digital Store	9.576
76 MediaMarkt Lorca	8.585 (*)
77 MediaMarkt Santiago de Compostela	1.078

# Entrevistamos a...

## Javier Panzano, CEO de Taktic

[www.taktic.es](http://www.taktic.es)



“Las personas, cuando van de compras, esperan sentir algo especial”

■ Para hablar sobre la experiencia de compra, uno de los conceptos claves de toda transacción comercial, entrevistamos a Javier Panzano, un viejo conocido del sector y profesional inquieto y activo. El que fuera Consejero Delegado de Euronics en España trabaja de forma incansable como principal responsable de la empresa Taktic, especializada en consultoría tecnológica y estratégica.

Últimamente todos hablan de la experiencia de compra como la clave de las relaciones comerciales. En su opinión, ¿cómo cree que ha de concretarse esa experiencia de compra en el punto de venta?

El punto de venta físico es un espacio de encuentro entre marcas y consumidores. Por tanto, resulta determinante para proporcionar valor al cliente si la experiencia de compra es satisfactoria. Y al contrario, si dicha experiencia es negativa o inexistente, se produce un efecto contrario que a quien más perjudica es al retailer, pues pierde la oportunidad de fidelizar a sus clientes.

Las personas, cuando van de compras, esperan sentir algo especial que va más allá de la compra de productos y servicios. Y ésta es una tendencia en aumento. Quieren aprender nuevos usos del producto, probar lo nuevo, sentirse únicas, disfrutar de la compra espectáculo, vivir una aventura memorable. Por ello, los establecimientos comerciales deben ser espacios altamente experienciales.

La experiencia de cliente debe incluir todos los aspectos relacionados con la propuesta de valor que realiza una empresa a su público.

¿Qué factores cree que son más determinantes a la hora de crear una experiencia satisfactoria positiva en el punto de venta?

Hay tres factores determinantes que configuran lo que denominé "el triángulo mágico de la experiencia de cliente". Son las tres T con las que producir un "efecto WOW!" en los clientes: Talento, Tecnología y Teatro.

El talento hace referencia a las personas que trabajan en el punto de venta y ponen su foco en el consumidor para diseñar una propuesta de valor que se ajuste a las necesidades y expectativas de sus clientes. Evidentemente, eso atañe al surtido y a la disposición del mismo, al precio y a los servicios que se prestan, pero también incluye la calidad de relación que se entabla con los consumidores, lo que significa que deben conocer el público al que se dirigen, preocuparse por descubrir qué esperan encontrar en el establecimiento, saber gestionar las expectativas del cliente, anticiparse a sus demandas, diferenciarse de los competidores, simplificar al máximo todos los procesos comerciales y diseñar mecanismos de contacto con los clientes que deriven en experiencias positivas. Personas trabajando para personas.

La tecnología es fuente de innovación para cualquier punto de venta. De hecho, la mayoría de los clientes que entran en el establecimiento lo hace con la tecnología más avanzada... ¡¡¡en su bolsillo!!! El teléfono móvil proporciona al consumidor una capacidad infinita para comparar precios, pedir recomendaciones a otras personas, exponer quejas en redes sociales e incluso comprar en una tienda online de la competencia estando en una tienda física.

Por eso, es imprescindible poner a trabajar a la tecnología al servicio del consumidor. Imaginemos un restaurante en el que hemos reservado una mesa desde nuestro propio móvil, y al entrar, recibimos un aviso de que ya está la mesa preparada para sentarnos. Una vez en la mesa, desde nuestro propio teléfono o desde una pantalla habilitada en la mesa, podemos ver la carta, de forma interactiva, con todo tipo de detalles respecto a la preparación e ingredientes de cada plato e, incluso, recibir sugerencias personalizadas del propio chef en base a la información que hubiéramos facilitado al registrarnos en la app del restaurante. Y después de una succulenta cena, realizamos el pago a través del móvil, realizamos una encuesta de satisfacción para valorar servicio y calidad y nos vamos. Antes de llegar a casa, recibimos un cupón de descuento para nuestra próxima visita al restaurante, como atención por nuestra colaboración en la mejora del servicio.

Si alguien piensa que es necesario menos personal por culpa de la tecnología, la respuesta es que no. Se reduce en determinadas funciones, como recepción y toma de comanda, pero se necesita en otras tareas de valor para el negocio como cocinar, servir sin retrasos, gestionar los contenidos y tomar decisiones en base a las encuestas del cliente.



Triángulo mágico de la experiencia de cliente.

Y en el tercer vértice del triángulo situamos la teatralización, es decir, la puesta en escena ante el público de nuestra gran obra. El objetivo es despertar emociones con nuestras historias y convertirlas en experiencias memorables. Por eso, todo el personal se transforma en actores y actrices que tienen que conocer a la perfección el papel que deben interpretar y cuidar voz, vestuario, maquillaje, gestualidad para que su interpretación sea profesional, honesta y comprometida. El punto de venta se convierte, de este modo, en un escenario con decorados, iluminación y sonido para transportar al público por la historia que recoge el guión de la obra. Y a partir de ese momento, ensayos y más ensayos hasta el día del estreno del espectáculo de la venta ante el gran público, los clientes.

La experiencia de compra no deja de ser algo subjetivo. ¿Hasta qué punto es posible contentar a todo el mundo?

Es imposible. Por eso, no hay que perseguir ese objetivo. Lo que debe hacerse es gestionar las interacciones con los consumidores, es decir, los puntos de contacto entre la empresa y sus clientes. Es el factor esencial de la experiencia de cliente. Si analizamos en qué fases del proceso de venta se corre el riesgo de que se puedan producir interacciones negativas, y las gestionamos para minimizar riesgos, evitando que el proceso de venta se interrumpa o termine con insatisfacciones por parte del cliente, conseguiremos que se incremente el número de clientes satisfechos.

Por eso, en general, es suficiente con hacer muy bien el proceso de venta, de forma sencilla. Los clientes lo valoran.

### ¿En qué medida es posible personalizar la experiencia de compra?

La información de la que disponen hoy en día las empresas es la clave para conocer al cliente al que se dirigen e individualizar su propuesta de valor.

A través del Big Data se pueden definir patrones de comportamiento que se transforman en acciones personalizadas y adaptadas a cada perfil de cliente, tanto en contenidos, precio, formatos, logística o recomendaciones de productos complementarios. El objetivo es satisfacer sus necesidades y hacerles sentir únicos y especiales.

Hay compañías que, gracias al Big Data realizan ya predicciones de decisiones futuras de los clientes. Así, por ejemplo, cuando detectan riesgo de abandono, lanzan ofertas de retención individualizadas para evitar perderlo como cliente.

También cada vez son más las empresas que impulsan programas de Voz de Cliente (VoC) para recibir feedback y poder interpretar regularmente las preferencias, expectativas y experiencias respecto a sus productos y servicios, con la finalidad de medir el impacto de sus iniciativas, detectar oportunidades de mejora y resolver eficientemente puntos potenciales de conflicto con sus clientes.

Hay muchas formas de escuchar a los clientes, bien sea a través de las interacciones que se producen a diario

(comentarios y patrones de navegación en la web, correos electrónicos, llamadas al call center, chats, observación del comportamiento...) o realizando estudios específicos a través de encuestas, entrevistas en profundidad o focus group). Lo importante es conectar las opiniones de nuestros clientes con la toma de decisiones de nuestra organización.

El nuevo paradigma de la relación con el cliente es obtener un trato individualizado y una vinculación emocional a través de la tecnología y de la información.

### ¿Qué papel puede jugar Internet en la experiencia de compra de la tienda física?

Tienda física e internet son una combinación ganadora, dado que el consumidor es omnicanal. Negar la evidencia es ponerse una venda en los ojos.

Sin embargo, la mayoría de profesionales del retail que ponen objeciones a su transformación digital, cuando bajan la persiana de su negocio, se vuelven exigentes consumidores que compran en tiendas físicas y en tiendas online, y que, sin duda, valoran las ventajas que proporciona la omnicanalidad.

El consumidor está en constante evolución y quiere vivir la experiencia online también en la tienda física. De hecho, desde su móvil puede acceder a cualquier información relacionada con los productos y servicios que se ofrecen en el establecimiento. La tienda física debe conjugar todas las ventajas de la atención presencial con el potencial que brinda internet para acceder a la información de producto a través de dispositivos digitales, permitir que el consumidor pueda personalizar el diseño de algunos productos adaptándolos a sus propias necesidades y preferencias, visualizar el uso del producto a través de realidad aumentada o virtual, e incluso, realizar pedidos de productos que no se disponen en tienda y enviarlos al domicilio del cliente, si así lo desea. Internet abre un mundo de posibilidades a los consumidores y a las tiendas físicas.

En su opinión, ¿qué es lo primero que han de hacer las tiendas electro para mejorar la experiencia de compra?

Utilizar lo que venden... la tecnología.

Las tiendas electro son quienes más experiencias pueden proporcionar a los clientes: disponen de la tecnología más avanzada que lanzan los principales fabricantes del mundo. ¿Por qué no se utiliza en muchos puntos de venta?

Un ejemplo, el IoT (Internet of Things) va a revolucionar, al igual que otros muchos sectores, la industria del electrodoméstico. Millones de dispositivos conectados entre sí y comunicándose con el usuario, a través de su móvil, para hacerle la vida más confortable, segura y eficiente. El consumidor podrá decidir en todo momento qué quiere hacer con sus electrodomésticos, cuando y cómo lo quiere hacer. Electrodomésticos "con vida" que convertirán nuestros hogares en espacios inteligentes y proporcionarán al consumidor usos que hoy no alcanzamos a imaginar. Frigoríficos que predecirán la lista de la compra y realizarán pedidos a los proveedores habituales, hornos que memorizarán tus recetas y te irán lanzando recomendaciones para perfeccionarlas, programar la producción de hielo en el congelador antes de una fiesta, ajustar la temperatura de un hogar para acondicionarlo antes de llegar, lavadoras y lavavajillas que optimizarán tiempos de funcionamiento y consumos de agua o detergente, dispositivos que lanzarán sus propios avisos a la empresa de mantenimiento.

¿Por qué no se está informando en los establecimientos acerca de esta revolución? Antes de llegar al hogar inteligente hay que atraer a los consumidores a la tienda inteligente. Es imprescindible transformar el concepto de tienda electro, digitalizarlas, adecuar las exposiciones y el surtido, realizar demostraciones de producto y conectividad, actualizar los argumentarios de venta, formarse... e invertir en futuro.

**Invertir en mejorar la experiencia de compra, ¿tiene que ser caro? ¿Es rentable?**

No es caro. Al principio, requiere una inversión de tiempo para reflexionar acerca de las diferentes etapas por la que atraviesa el consumidor en su proceso de compra. Posteriormente, cuando se detectan los puntos de contacto, positivos y negativos, se pueden implementar me-



jas de forma progresiva que maximicen la relación entre el cliente y el retailer sin necesidad de hacer grandes inversiones. Y poco a poco, se pueden ir introduciendo experiencias más trabajadas para generar un mayor impacto en el consumidor. Es recomendable dedicar parte del presupuesto de marketing a crear experiencias satisfactorias en los clientes.

El consumidor cada vez que entra en contacto con el retailer inicia un viaje que le produce sensaciones y percepciones que se transforman, de forma consciente o inconsciente, en valoraciones positivas o negativas. El objetivo del retailer es identificar aquellos puntos de contacto positivos y reforzarlos. Y a su vez, detectar los puntos de contacto negativos o que entrañan riesgo de serlo y activar actuaciones para minimizar o positivizar su impacto en la relación. Esas actuaciones se inician desde la primera vez que se atiende a un cliente que entra en el establecimiento para contarnos, por ejemplo, que se le ha estropeado su lavadora y que necesita una nueva. A partir de ese momento se producen una serie de interacciones que pueden terminar sin que se produzca la venta o pueden dar inicio a una relación satisfactoria que se prolongue durante muchos años.

Por ese motivo, puedo afirmar que invertir en mejorar la experiencia del cliente es muy rentable. Si se hace bien, fideliza. Y además, en todo momento se puede medir el retorno de las inversiones que se realizan.

**¿Qué relación hay entre experiencia de compra y nuevas tecnologías en el punto de venta?**

Las nuevas tecnologías se están haciendo hueco en puntos de venta de todos los sectores. Pantallas táctiles, probadores virtuales, medios de pago por proximidad, estanterías

interactivas, digital signage o cartelería digital, videowall, chatbots o asistentes virtuales, beacons o microbalizas inteligentes, dispositivos de realidad aumentada y virtual o impresoras 3D son sólo algunas de las tecnologías que aportan innovación y valor añadido al consumidor en los negocios que las incorporan, además de producir nuevas vivencias en los clientes que las disfrutan.

A través del uso de diferentes herramientas tecnológicas, el retailer puede obtener métricas que le informan pormenorizadamente acerca del comportamiento del cliente en el punto de venta, identificando expectativas e intereses como, por ejemplo:

- cálculo del tráfico y la tasa de conversión en venta,
- confección de mapas de calor que indican las zonas más transitadas,
- medición del el impacto de las acciones promocionales y publicitarias,
- cálculo de la productividad de los empleados,
- análisis de la eficacia de los escaparates en base al tiempo de visionado y a la dirección de las miradas.
- etc.

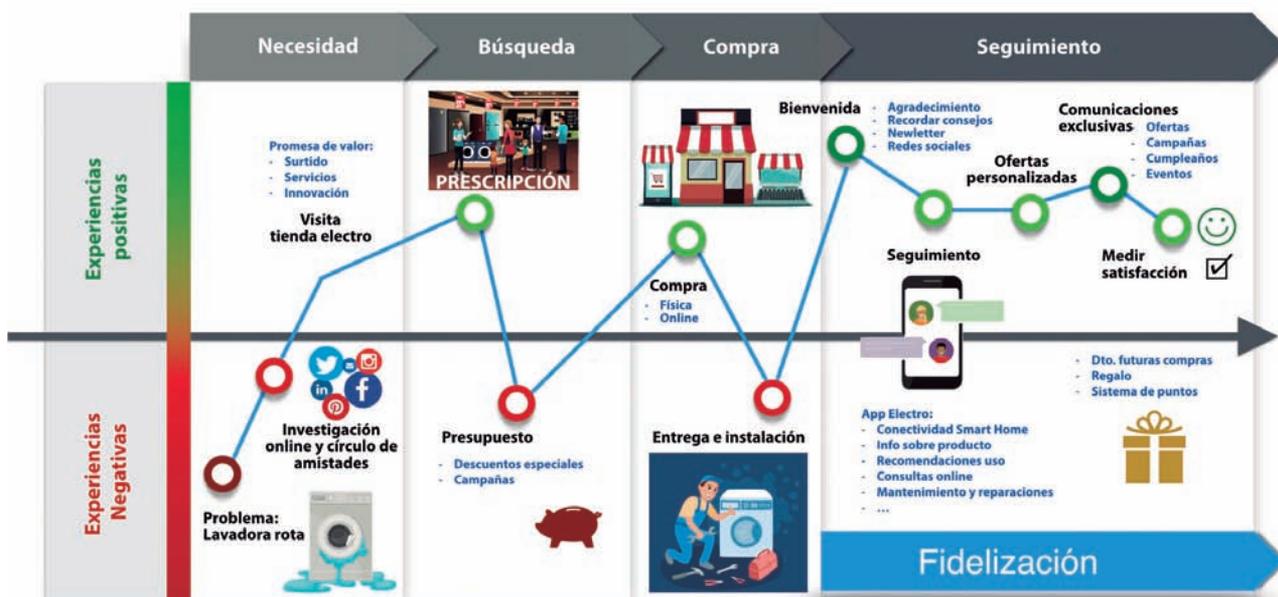
Los avances tecnológicos están evolucionando y revolucionando el retail. La digitalización del punto de venta ha proporcionado nuevos modelos de interacción entre empresas y personas, ya que contribuye a generar experiencias de compra y medir su eficacia en relación con la satisfacción que proporcionan al cliente.

En la relación con los clientes, ¿qué es lo más importante para mantener su confianza y su fidelidad?

Lo que mejor funciona para merecer la confianza y fidelidad del cliente es lo que ha funcionado siempre: poner el foco en el consumidor para satisfacer sus necesidades, entablar una relación honesta y hacer que sucedan acontecimientos positivos durante todo el proceso de compra.

Construir la experiencia de cliente es el mejor programa de fidelización posible. Hoy en día disponemos de información, tecnología y recursos necesarios para optimizar la relación con nuestros clientes como nunca antes se había podido hacer.

## Customer JOURNEY MAP



Customer Journey Map (electro).

### Road Show de Beko y Martín Berasategui, en Barcelona

El Centro Comercial La Maquinista de Barcelona acogió, del 5 al 8 de diciembre, la experiencia de Beko, Eat Like a Pro con Martín Berasategui. Se trata de la segunda cita del road show de la compañía y el chef, que pasó hace unas semanas por Madrid y que tiene previsto visitar siete ciudades españolas para concienciar sobre la importancia de la alimentación saludable dentro de la iniciativa Eat Like a Pro, puesta en marcha hace un año, a partir del patrocinio de la marca de electrodomésticos con el FC Barcelona. Tras el evento, quedó inaugurado el espacio Eat Like a Pro Beko, en el mencionado centro comercial barcelonés.



### El Corte Inglés y Alibaba alcanzan un acuerdo global

El Corte Inglés y Alibaba Group han firmado un acuerdo de intenciones para desarrollar una estrecha colaboración en las áreas de comercio minorista y distribución, servicios de cloud computing, innovación digital y pagos a través del móvil. Ambas compañías han puesto en marcha esta colaboración con el fin de aprovechar sus respectivas fortalezas y las de sus distintas unidades

de negocio y empresas asociadas, incluyendo Tmall, Alibaba Cloud, Alipay y AliExpress, que podrán colaborar en el desarrollo de las iniciativas correspondientes.

### Productos de IoT en las tiendas de Milar Caslesa

Los establecimientos Milar quieren diferenciarse de la competencia por su compromiso con los productos de última generación y la conectividad. En este sentido, el Internet de las cosas (IoT) es una apuesta de futuro para la enseña, que ha comenzado una prueba piloto en la tienda de Milar de la calle Menéndez Pelayo de Palencia. Entre otros productos de última generación, el 65% de los electrodomésticos que comercializan tienen conectividad con Internet y pueden controlarse desde el smartphone.

### Xiaomi muestra la versión 5G del Mi MIX 3

Xiaomi dio a conocer la versión 5G del Mi MIX 3, uno de los primeros smartphones con esta tecnología, en el marco de la conferencia China Mobile Global Partner. Durante el evento, Xiaomi llevó a cabo una demostración de los futuros beneficios de las redes de 5G probando en Mi MIX 3 aspectos como la navegación web y la transmisión de video en streaming.

### Mitsubishi Electric, con los ganadores del premio EL Primer Palau

El Palau de la Música fue escenario, el pasado 22 de noviembre, de la rueda de prensa de presentación de los ganadores de la 23ª edición de los premios EL Primer Palau, con la presencia de directivos de Mitsubishi Electric Aire Acondicionado, empresa patrocinadora del evento. Fue el organista Joan Seguí Mercadal quien obtuvo el galardón, dotado con 5.000 euros, ofrecidos por Mitsubishi Electric Europe B. V. Sucursal España.



### DECORactiva abre una tienda en Guipúzcoa

Comercial Oja, plataforma norte perteneciente al Grupo Activa, continúa su proceso de expansión con una nueva tienda asociada DECORactiva, Abea Altzariak, en Azpeitia (Gipúzcoa). La enseña ofrece a las tiendas de muebles de cocina un proyecto integral de imagen, marketing y producto. Su portfolio incluye todas las necesidades de la tienda: muebles de cocina, muebles de baños, mesas, sillas, armarios empotrados y electrodomésticos, todo ello bajo el paraguas de una marca propia de mobiliario Keuken Kitchen&Home.



# Tendencias de consumo para esta Navidad

[www.mrw.es](http://www.mrw.es) - [www.deloitte.es](http://www.deloitte.es)

Se augura una positiva campaña de Navidad, donde la electrónica será una de las categorías de producto con más ventas, y donde continúa la tendencia a comprar online, a pesar de que la tienda física se mantiene.

■ La Campaña de Navidad 2018, que comenzó el viernes 23 de noviembre con el Black Friday, se halla en pleno apogeo y con buenas perspectivas. Por ejemplo, la empresa de transporte y paquetería MRW prevé un incremento de volúmenes de un 11% respecto al mismo periodo del año pasado, con lo que se batirá un nuevo record de entregas.

## Cuánto y en qué gastaremos

Según el Estudio de Consumo Navideño 2018 de la consultora Deloitte, cada español gastará una media de 241 euros en regalos. Ocio, deportes y tecnología siguen siendo los regalos estrella tanto del gasto como de la búsqueda online. Así, las compras por Internet han experimentado un ligero descenso con respecto al año pasado, aunque se han incrementado las transacciones a través de aplicaciones móviles. Sobre todo para las compras de ocio y tecnología, los consumidores siguen prefiriendo la compra por web (64,9%), aunque las tiendas físicas, con preponderancia de las especializadas, le siguen muy de cerca (64,3%). El 44,7 de los consumidores compra mediante apps móviles, y sólo el 13,3% de las compras son pedidos online desde una tienda física. En cuanto a lo que vamos a regalar, los productos electrónicos han perdido algo de relevancia, de manera que los smartphones y las tabletas han desaparecido del Top 10 de productos más regalados; sin embargo, los videojuegos, por su parte, ocupan la sexta posición y son lo que más se regala a adolescentes. Además, en cuanto a regalos deseados, los smartphones continúan en un avanzado puesto: siete, cinco si nos referimos solamente a los consumidores masculinos, mientras que los ordenadores se encuentran en el octavo lugar. En las páginas siguientes se podrán ver variadas posibilidades de regalos en línea blanca, PAE, y electrónica de consumo, que seguro que estarán entre las más demandadas en estas fiestas.





1



3



2



4



5

**1 Balay / [www.balay.es](http://www.balay.es)**

Los hornos de la Serie Cristal de Balay cuentan con una estética sofisticada que responde perfectamente a las tendencias actuales del mercado. El cristal es un material elegante, resistente y fácil de limpiar, ya que no sobresale ningún elemento.

**2 Bosch / [www.bosch-home.es](http://www.bosch-home.es)**

El frigorífico VarioStyle dispone de la tecnología VitaFresh para que los alimentos conserven su frescura, vitaminas, minerales y sabores durante más tiempo como el primer día. Incluye una zona compuesta por cajones para carnes y pescados, que alcanza una temperatura cercana a los 0º, y cajón para frutas y verduras, con regulador de humedad: para verduras, alta humedad y, para frutas, baja humedad.

**3 Siemens / [www.siemens-home.bsh-group.com/es](http://www.siemens-home.bsh-group.com/es)**

Siemens busca cada vez más acercar la tecnología a los hogares con sus electrodomésticos Home Connect. De cara a 2019, la compañía piensa aumentar la conectividad entre usuario y electrodoméstico. Gracias al control remoto, con la app de Home Connect, es posible encender, apagar y programar los electrodomésticos de Siemens; por ejemplo, activar el programa Súper Refrigeración en el frigorífico, ver el tiempo restante del horno, o recibir notificaciones si el detergente de la lavadora se está agotando.

**4 Miele / [www.miele.es](http://www.miele.es)**

La lavadora W1 Passion de Miele es el modelo más sostenible y eficiente de la ya reconocida gama W1. Con este lanzamiento, la firma suma sus últimas innovaciones a tecnologías ya patentadas para ofrecer un lavado flexible, rápido e impecable que, además, es respetuoso con el medio ambiente.

**5 Liebherr / [home.liebherr.com](http://home.liebherr.com) / [home.frigicoll.es](http://home.frigicoll.es)**

La serie Vinothek de vinotecas de Liebherr, marca distribuida por Frigicoll, es perfecta para aquellos aficionados al vino que estén introduciéndose en el mundo de la enología. Sus armarios de atemperado han sido especialmente diseñados para mantener diversos vinos a la temperatura ideal de consumo. Gracias a su sofisticada tecnología, se consigue una gradación perfecta de la temperatura, creando distintas zonas ideales para atemperar diversas variedades de vinos.



6



8



10



7



9

**6 Electrolux / [www.electrolux.es](http://www.electrolux.es)**

El horno de vapor CombiSteam EOB6631CAX cuenta con 72 l de capacidad y de limpieza AquaClean. Otras ventajas de este electrodoméstico son su pantalla LED blanca, mandos escamoteables, programas básicos a vapor, nueve funciones, sonda térmica, puerta de tres cristales, carriles telescópicos en un nivel, eficiencia energética A+ y revestimiento Inox Antihuellas.

**7 Haier / [www.haier.es](http://www.haier.es)**

La nueva lavadora Haier de 9 kg con función vapor de la serie 636, equipada con motores Direct Motion que tienen garantía de por vida, y clasificación energética A+++ -40%, mejora la eficiencia del lavado un 13%, según la compañía.

**8 Hoover / [www.hoover.es](http://www.hoover.es)**

La gama de electrodomésticos AXI (lavadoras, lavasecadoras y lavavajillas) destaca por estar dotada de Inteligencia Artificial, que reconoce la voz, aprende los hábitos y ofrece soluciones de lavado y secado a medida del estilo de vida y las circunstancias ambientales, por ejemplo. También destaca por su funcionalidad, atractivo diseño minimalista, y por las funciones Autodose y Total Care.

**9 Eas Electric / [www.easelectric.es](http://www.easelectric.es)**

Consciente de la importancia del diseño en los hogares, Eas Electric ha lanzado una nueva serie de electrodomésticos, Crystal White, que, además de por su funcionalidad, sobresale por su aspecto y estética en cristal blanco.

**10 Beko / [www.beko.es](http://www.beko.es)**

El lavavajillas DFN 28430 X, con capacidad para 14 cubiertos y clase energética A+++ , consume sólo 9,5 litros con su Programa Eco y cuenta con motor ProSmart Inverter. Tiene indicadores de duración del programa y tiempo restante, así como de falta de sal, abrillantador y conexión de agua, y posibilidad de inicio diferido 24 horas. Sus múltiples funcionalidades permiten una limpieza más efectiva e higiénica, unida a un excelente cuidado de la vajilla.



# Taurus

[taurus-home.com](http://taurus-home.com)

## Batidora Bati 1200 Premium Plus Inox, de Taurus

Los 1.200 W de potencia de la batidora de varilla Bapi 1200 Premium Plus Inox, con 20 velocidades ajustables, trituran cualquier alimento por muy duro que sea, y pican y baten rápidamente incluso hielo, con resultados muy homogéneos. Con el sistema Turbo Rotation System, las cuchillas elevan el alimento, lo pican y lo expulsan por las aberturas del protector, para volver a caer hasta el fondo del recipiente y volver a ser succionado y triturado. Estas aberturas crean un bucle de circulación perfecto para triturar sin causar salpicaduras. Además, cuenta con función Turbo, cuchillas en acero inoxidable de alto rendimiento y doble efecto (mientras las laterales baten las verticales pican), empuñadura ergonómica de tacto suave, y todos los accesorios.



## Barbero Spiro, de Taurus

El barbero Spiro aspira el pelo mientras lo corta, gracias a su aspirador incorporado. De esta manera, el pelo queda almacenado en el depósito, que se puede vaciar cómodamente al terminar. Sin ensuciar, proporciona hasta 11 looks distintos gracias a sus 11 alturas de corte y a sus cuchillas de acero inoxidable. Con 40 minutos de autonomía y seis horas de carga, se puede emplear con o sin cable e incluye peine guía de 1,5-16 mm, cepillo de limpieza, aceite lubricante, peine y cargador. Su cabezal es extraíble para una fácil limpieza.



# Solac

[solac.com](http://solac.com)

## Set de desayuno Stillo Red, de Solac

Este set de desayuno está compuesto por el tostador TL5415, la kettle KT5857 y el exprimidor centrífugo EX6158, en elegante diseño rojo metalizado. El primero, con ranuras largas de 260 mm y extraanchas de 35 mm, es ideal para cualquier tipo de pan y tuesta homogéneamente toda la superficie de la rebanada gracias a su sistema de autocentrado y a sus siete niveles de tostado; tiene además elevación extra, funciones de paro inmediato, recalentamiento y descongelación, bandeja recogemigas y recogecable. Por su parte, la kettle o hervidora compacta calienta hasta 1 litro de agua en solo tres minutos



y dispone de visor del nivel de agua, apertura automática de la tapa, filtro extraíble, desconexión automática y sistema de seguridad, base estable con giro de 360° y pies antideslizantes, recogecable, y asa de toque frío. Por último, el exprimidor saca el máximo partido a las naranjas, obteniendo hasta un 10% más de zumo después de exprimirlas, y cuenta con vertido continuo, sistema antigoteo, filtro de acero inoxidable, tapa multifunción (centrífuga, presiona y evita la acumulación de polvo), y pies antideslizantes. Es apto para vasos altos.



# B&B Trends

[bbtrends.es](http://bbtrends.es)

## Plancha de pelo Extreme Pro Care, de Daga

Diseñada para aplicar tratamientos nutritivos, reparadores y protectores del cabello, sus placas basculantes revestidas de cerámica y turmalina protegen el cabello y evitan el encrepamiento. Incluye dos recipientes extraíbles para aplicar los tratamientos, dos cepillos y dos peines desmontables, botella de cristal y dosificador. En un gran display LCD se puede controlar la temperatura, y se presenta en un cómodo neceser con una alfombrilla termoresistente de almacenamiento.



## Secador Extremo Pro Light, de Daga

Destaca por su motor Pro-BD con tecnología Brushless, que ofrece 10 años de garantía, y por su peso súperligero. Consigue un secado cómodo y un acabado perfecto, y cuenta con dos concentradores de boca estrecha, difusor, y 2,5 metros de cable, todo ello dentro de un atractivo cofre.



## Lima antidurezas, de Daga

Exfolia y elimina las durezas para mantener unos pies sanos. Dispone de un cabezal lavable y otro adicional para tratar durezas más resistentes, además de luz de precisión y cepillo de limpieza.

## Barbero multifunción MT-400, de Daga

Ideal para conseguir una barba con un look natural y a la longitud deseada, y también para eliminar el vello de la cara. Es recargable y con una autonomía de 50 minutos, lo que le otorga gran practicidad y comodidad.



## Pulseras de actividad AT 510 HR y AT 520 HR, de Lifevit

Ideales para las personas que practican regularmente deporte y que desean llevar una vida más saludable, estas pulseras cuentan con Bluetooth 4.0. para conectar con smartphones y tabletas, y autonomía de hasta 25 días. Asimismo realizan un control de la actividad, indicando distancia recorrida, calorías perdidas, y monitorización de sueño con recomendaciones, y también envían recordatorios inteligentes de llamadas o whatsapps. Todo ello se lleva a cabo a través de su propia App, en la que se almacenan todos los datos para efectuar un seguimiento personalizado de la evolución.

## Batidora de vaso BS4790, de Ufesa

Muy fácil de usar y apta para triturar, batir, picar o mezclar masas diferentes, elabora batidos, salsas y cremas con sus 600 W de potencia. Es capaz incluso de picar hielo con las seis potentes cuchillas de acero inoxidable que incorpora. También dispone de un vaso con capacidad de 1,5 l para hacer seguimiento del trabajo y para servir fácilmente.



# Jata

[jata.es](http://jata.es)

## Plancha de terracota en color granito modelo GR66g

Para estas fiestas, Jata sigue ampliando su gama de planchas de asar, como esta atractiva plancha de terracota, perfecta para cocinar todo tipo de carnes y pescados, y que además admite el corte a cuchillo sin que se raye. Hay que recordar que las planchas de terracota se mantienen calientes durante un tiempo una vez desconectadas, permitiendo así acabar el cocinado, dorar más el asado o servir los alimentos en la mesa sin que se enfríen, con el consiguiente ahorro de energía. Además, este producto, como el resto de planchas de asar de Jata, está fabricado en nuestro país.



## Plancha de asar GR3000 Excellence



La otra opción de la firma en cuanto a planchas de asar es el modelo GR3000 Excellence, elegido producto de la campaña de televisión de Navidad de Jata junto a las sartenes SF3. Esta plancha incorpora una novedosa resistencia en E que garantiza la óptima distribución del calor por toda la superficie. Dispone, además, de control electrónico de funcionamiento, con cuatro temperaturas constantes y 2.700 W de potencia. Si a todo ello se le añaden sus 480 mm de largo por 230 mm de ancho, se trata de un aparato ideal para las próximas celebraciones.

# AEG - Electrolux

[aeg.com.es](http://aeg.com.es) / [electrolux.es](http://electrolux.es)

## Robot aspirador RXg

Este robot aspirador de AEG permite personalizar un programa de limpieza a través de una app, con lo que se podrá limpiar desde cualquier lugar y en el horario deseado. Incorpora 3D Vision y realiza una limpieza constante sin supervisión. Con su forma triangular Trinity shape y su sistema PowerBrush, es ideal para paredes, esquinas y obstáculos.



## Lápiz quitamanchas

Electrolux lanza el Lápiz Quitamanchas Ultrasónico para eliminar hasta las manchas más difíciles, desde las más habituales como las de vino tinto, café, té, tinta azul, o las más difíciles como las de maquillaje o la sangre. La combinación de agua y detergente junto con la tecnología de ultrasonidos, y aplicándola antes del proceso de lavado, hace que la ropa sea tratada con eficacia y se limpie con mayor facilidad.

## Robots de cocina Ultramix

UltraMix KM100 y KM 4000, son unos robots de cocina avalados por la experiencia de AEG en equipar a la mitad de los restaurantes con estrellas Michelin de Europa y reposteros profesionales. Incluyen una amplia variedad de accesorios y un regulador de potencia de 10 velocidades.





2



4



5

**1 Fersay / [www.fersay.com](http://www.fersay.com)**

Los calefactores Fersay CLFC2100 (gris) y CLFC2105 (blanco) cuentan con selector rotativo de tres posiciones (ventilación, calor medio y calor máximo), dispositivo de seguridad antivuelco, dos potencias de calor (750-1.500 w), indicador luminoso, protección contra sobrecalentamiento, asa para transporte fácil, termostato regulable de temperatura ambiente y movimiento rotativo oscilatorio.

**2 Philips / [www.philips.es](http://www.philips.es)**

Lumea Prestige es un dispositivo IPL con accesorios curvos únicos, diseñado para proporcionar resultados óptimos en todas las partes del cuerpo. Muy efectivo tanto con cable como sin él, cuenta con un sensor SmartSkin y ofrece un tratamiento especializado en el cuerpo (piernas, brazos, línea alba...), la cara (labio superior, barbilla...), zona del bikini y axilas, de forma fácil y segura, para una amplia variedad de tipos de vello y de piel.

**3 Rowenta / [www.rowenta.es](http://www.rowenta.es)**

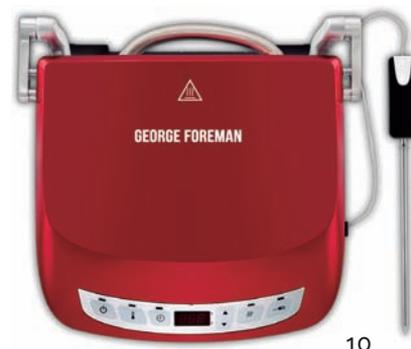
El aspirador Smart Force Essential Aqua, gracias a su depósito de agua desmontable con su función mopa, puede aspirar y fregar a la vez en una sola pasada. Recoge el polvo, hasta las partículas más finas, dejando el suelo impecable rápidamente y sin gotear.

**4 Bosch / [www.bosch-home.es](http://www.bosch-home.es)**

Con el extractor de jugos VitaExtract se consigue una mayor cantidad de zumo gracias al prensado lento de frutas y hortalizas, garantizando una mayor cantidad de nutrientes y vitaminas. Cuenta con tres filtros, dos de acero inoxidable, uno fino y otro grueso, y otro de plástico para preparar sorbetes, así como un sistema de control de pulpa.

**5 Russell Hobbs / [es.russellhobbs.com](http://es.russellhobbs.com)**

Gracias a su poderoso elemento de calentamiento halógeno y a su innovador cestillo giratorio, la freidora sin aceite Cyclofry Plus permite freír, hornear, asar y cocinar al grill de manera rápida, fácil y uniforme los alimentos sin necesidad de estar pendiente de remover. El cestillo puede lavarse en el lavavajillas.



**6 Ecovacs Robotics / [www.ecovacs.com/es](http://www.ecovacs.com/es)**

La nueva generación de robots inteligentes de limpieza Deebot cuenta con funcionamiento intuitivo, tecnología de seguridad para escaleras, función de carga automática y filtros altamente eficientes, así como otras características como la innovadora aspiración, la evolución de la mopa y los robots de limpieza de ventanas.

**7 Roidmi / [roidmieurope.com](http://roidmieurope.com) / [ziclotech.com](http://ziclotech.com)**

El aspirador inalámbrico Roidmi F8 Storm, distribuido por Ziclotech, ofrece versatilidad y amplias prestaciones, así como una App propia compatible con IOS y Android que permite gestionarlo desde el smartphone. El modelo ha sido reconocido con importantes premios como el Reddot Award o el German iF Design Award 2018. De arquitectura ergonómica y diseño minimalista y elegante, destaca por su fácil manejo y ligereza, con tan sólo 2,5 kg de peso y unas dimensiones de 1.178 x 256 x 157.

**8 Colgate / [www.colgate.es](http://www.colgate.es)**

Colgate presenta su primer cepillo de dientes eléctrico dotado de inteligencia artificial, Colgate Connect E1, que funciona con una App. El dispositivo, que está disponible en exclusiva en Apple.com y en tiendas Apple seleccionadas, permite a los usuarios obtener comentarios en tiempo real sobre su cepillado para que puedan mejorar el cuidado de su salud bucal.

**9 Cecotec / [cecotec.es](http://cecotec.es)**

La nueva gama Conga está diseñada con una navegación extremadamente precisa a un precio inferior al del mercado. Barrren, aspiran, pasan la mopa y friegan cualquier suelo y alfombras y pueden hacerlo todo de forma simultánea. El producto estrella es Conga Serie 3090, que incluye mapeo por láser y se controla por el móvil vía App y Wifi. Este robot inteligente realiza un reconocimiento 360° de la casa a través de la navegación iTech Laser 360.

**10 George Foreman / [www.spectrumbrands.com](http://www.spectrumbrands.com)**

Con la práctica función rápida para filetes del Family Evolve, sólo hay que introducir el termómetro en la carne, decidir si se quiere poco hecha, al punto, o bien hecha, y darle al botón. La alarma indicará cuando está lista, y la función de Autoapagado se activará cuando transcurra el tiempo programado. Este grill de precisión y placa honda es capaz de eliminar hasta el 42% de la grasa de los alimentos.



# Gigaset

[gigaset.com/es](http://gigaset.com/es)

La nueva gama de smartphones de Gigaset, que incluye los modelos GS185 y GS100, se caracteriza principalmente por presentar equipos potentes en cuanto a prestaciones, a un precio atractivo.

MADE IN GERMANY



## Smartphone Gigaset GS185

El GS185 es el primer smartphone producido íntegramente en la fábrica de Gigaset en Alemania, lo que lo convierte en el modelo Premium de su segmento, con una avanzada tecnología Made in Germany. Su pantalla panorámica IPS de 5,5 pulgadas en formato 18:9 con 1.440x720 píxeles ocupa casi la totalidad del dispositivo. Asimismo, su batería de polímero de litio de 4.000 mAh, de larga duración, ofrece hasta 550 horas de tiempo de espera, 80 horas de música, 10 horas de vídeos e incluso hasta 35 horas de llamadas telefónicas en la red 2G y 17 horas en la red 3G/4G; y, gracias a la función de Recarga Rápida, con 1,5 A en lugar de 1 A, el GS185 se carga un 50% más deprisa que los teléfonos estándar. Además, con la función USB On The Go (OTG), se pueden conectar al teléfono dispositivos USB externos, como memorias USB o teclados, o bien puede usarse el smartphone, como cargador. Se trata también del primer smartphone de Gigaset que cuenta con un procesador Qualcomm Snapdragon 425 de cuatro núcleos, y cuenta con 2 Gb de RAM, y memoria interna de 16 Gb, ampliable a 256 Gb. Para acabar, incorpora la última versión del sistema operativo Android 8.1 Oreo, lo que se traduce en una mejor administración de energía y en optimización de uso gracias a las últimas tecnologías. El Gigaset GS185 está disponible en dos colores, Midnight Blue y Metal Cognac, a un precio recomendado de 179 euros.

## Smartphone Gigaset GS100

El Gigaset GS100 se dirige a compradores sensibles al precio que buscan un dispositivo que incluya las últimas funciones. Es ideal como primer smartphone para el público más joven o como un segundo teléfono para uso personal. Incorpora una pantalla HD + IPS de 18:9 y 5,5 pulgadas a una resolución de 1.440x720 píxeles con visión panorámica, dos veces más alta que ancha, lo que es excelente para ver fotografías, vídeos y contenidos web. Además, su cristal 2,5D repele la suciedad y resiste los arañazos, garantizando una visión más nítida. Cuenta con un procesador de cuatro núcleos MTK 6739, 1 Gb de RAM y Android 8.1 Oreo en la Edición Go, lo que implica ahorro de almacenamiento y volumen de datos, así como una mejor gestión de la energía y optimización del uso. Las fotografías se capturan con la cámara de 8 Mp y, gracias a la cámara frontal de 5 Mp con flash LED, los selfies también pueden hacerse con poca luz e incluso en la oscuridad. Su batería reemplazable de 3.000 mAh proporciona flexibilidad y potencia suficiente, y la memoria y la conectividad ilimitada están garantizados por una tarjeta SIM dual y una ranura MicroSD, que puede ampliar los 8 Gb de memoria interna hasta 128 Gb. El Gigaset GS100 está disponible en tres llamativos colores, Gris Grafito, Azul Cobalto y Verde Limón, y su precio recomendado es de 119 euros.





**1 Zeeclo / [www.zeeclo.com](http://www.zeeclo.com)**

El patinete Eléctrico Nix es el más pequeño y ligero de la marca, así como uno de los más seguros del mercado, para que los padres solo tengan que preocuparse por la felicidad y la diversión de sus hijos. Además, para aquellos que quieran añadir un extra de comodidad en sus viajes, la firma les propone el modelo con sillín, un patinete ideal para los paseos más largos con la familia.

**2 SPC / [www.spc-universe.com](http://www.spc-universe.com)**

Buggy Scooter es una patinete eléctrico plegable, con motor brushless de 250 W, velocidad máxima de 28 km/h, luz LED frontal y de freno trasera, frenos de disco, chasis de aluminio, y Waterproof IP55, que está dotado de Bluetooth y cuenta con la app gratuita SPC Buggy, que permite consultar las estadísticas de los viajes. Con autonomía de hasta 30 km.

**3 Segway / [www.segway.es](http://www.segway.es)**

Los Segway Drift W1 son una nueva generación de patines que aportan máxima libertad de movimiento a las piernas, ya que disponen de una plataforma independiente para cada pie. Son ligeros, pequeños y muy fáciles de llevar. El diseño de los neumáticos se ha centrado en mejorar la estabilidad y la maniobrabilidad, y las alfombrillas son antideslizantes.

**4 Sony / [www.sony.es/fes](http://www.sony.es/fes)**

FES Watch U ha ganado el famoso premio iF Design Award 2018 y el Good Design Award de 2017 en Japón. Este reloj usa una matriz activa de papel digital en la esfera y la correa para permitir que el usuario personalice completamente el diseño del reloj y así combinarlos con su ropa, marcar su estilo, expresar su estado de ánimo y su actitud.

**5 TP-Link / [www.tp-link.com/es](http://www.tp-link.com/es)**

El nuevo cargador inalámbrico TL-WCS200 de TP-Link para smartphones, de 10W, carga 1,4 veces más rápido que un cargador inalámbrico convencional. Resulta compatible con una amplia variedad de dispositivos habilitados para Qi de diferentes fabricantes, entre los que se incluyen Apple, Nexus o Samsung, entre otros.

**6 Garmin / [www.garmin.com/es](http://www.garmin.com/es)**

El monitor de actividad vivofit jr. 2 para niños adjunta pulseras con temática de Spiderman de Marvel y aplicación móvil interactiva. A través de la app Spider-Verso, los niños desearán pulverizar los minutos de actividad para desbloquear las aventuras, juegos, desafíos de pasos e iconos. Las animaciones mejoradas hacen que la ciudad de Nueva York cobre vida con divertidos datos de actividad física integrados en la historia, con el objetivo de fomentar aún más la adopción de hábitos saludables.



7



9



11



8



10



12

**7 Woxter / [www.woxter.es](http://www.woxter.es)**

Woxter añade a a su amplia gama de altavoces los nuevos Big Bass 110R, un sistema 2.1 con amplificador incorporado y conexión inalámbrica Bluetooth, Woxter Big Bass 110R ofrece una potencia acústica de 20 W y cuenta con un puerto Bass Reflex.

**8 Samsung / [www.samsung.es](http://www.samsung.es)**

Galaxy A9 es un smartphone con la primera cámara trasera cuádruple del mundo, según afirma la compañía, y funcionalidades diseñadas para aprovechar cada día al máximo. Cuenta con zoom óptico 2x, que obtiene primeros planos minuciosos desde lejos, lente gran angular, optimizador de escenas para disparar como un profesional, y reconocimiento de escenas por IA. Disponible en tres colores exclusivos.

**9 Philips / [www.philips.es](http://www.philips.es)**

Philips Hue Play es una barra de luz compacta y altamente versátil que puede combinarse de una gran multitud de formas para crear una experiencia completa de iluminación indirecta, ideal para mejorar momentos de entretenimiento. Puede instalarse tanto horizontal como verticalmente al lado del televisor o detrás del monitor para crear un efecto de contraluz en la habitación.

**10 Parrot / [www.parrot.com/es](http://www.parrot.com/es)**

Anafi es una cámara 4K HDR voladora, integrada en un dron, que graba vídeos y toma fotos de alta calidad. La cámara despliega estas altas capacidades gracias a su mecanismo de inclinación en 180° y a un zoom de hasta 2,8X. Además, cuenta con un diseño plegable y ultracompacto, y es silenciosa y resistente a condiciones climáticas extremas. Con su Inteligencia Artificial integrada puede establecer modos de vuelo automáticos.

**11 NPG / [www.npgtech.com](http://www.npgtech.com)**

NPG amplía su gama de televisores Smart TV Android con un nuevo modelo 4K UHD de 50 pulgadas. El televisor S518L50U de NPG soporta resoluciones 4K tanto para la recepción de TV UHD, como para la reproducción de ficheros multimedia, bien de Internet o vía USB o HDMI.

**12 Archos / [www.archos.com](http://www.archos.com)**

La tableta Archos Oxygen 101 S cuenta con pantalla LCD full HD, que incorpora tecnología de laminación completa, ideal para ver películas y series; chipset 4G DecaCore (MediaTek Helio X20), que proporciona un mayor rendimiento y conectividad total; una combinación de 3 Gb de RAM y 32 Gb de capacidad de almacenamiento interno, y conector POGO para accesorios propios, como una estación de conexión o un teclado.



## Sencillamente, agua caliente

Calentador Therm 6700i S

Nueva gama de calentadores estancos Bosch de bajo NOx.  
Alta eficiencia y confort en agua caliente. **Conectividad Wifi integrada,**  
frontal de vidrio y display a color con control táctil.



facebook.com/boschclimateES  
twitter.com/boschclimate\_es  
youtube.com/BoschClimateES



Disponible en:  

[www.bosch-climate.es](http://www.bosch-climate.es)

# Hacia la climatización perfecta

Los avances tecnológicos aventuran un escenario en el que los grados de eficiencia y confort de las soluciones de climatización alcanzarán sus mayores cotas.



■ Climatizar un hogar no es una cuestión menor. Más que otro tipo de aspectos como pueden ser los estéticos, que también son importantes, la funcionalidad y el pragmatismo son los que priman, no en vano, se trata de productos de primera necesidad.

## Tecnologización

Como está sucediendo con los diferentes ámbitos de nuestra vida, los avances tecnológicos, como la conec-

tividad, el Internet de las Cosas o el control por voz de los electrodomésticos, están revolucionando la forma en la que los usuarios interactúan con sus soluciones de climatización.

Ello abre un abanico de posibilidades, nunca visto hasta ahora, que se traduce en un mayor confort y comodidad, pero también en un mejor control, lo que equivale, igualmente, a mayor eficiencia y ahorro de energía. Esto se explica porque, además de las nuevas reglamentaciones en materia medioambiental y a los esfuerzos en I+D de los fabricantes para poner en el mercado equipos que consuman menos energía, la mayor precisión que permite la tecnología, podemos decir que total, también se traducirá en menores despilfarros por consumos innecesarios.

Frente a un escenario de tecnologización generalizada, las soluciones de climatización serán personalizadas, controlables y sin fallos

Frente a un escenario, a corto plazo, de tecnologización de las soluciones para calentar o enfriar un hogar, podemos aventurarnos a hablar de una climatización perfecta y personalizada, adaptada a las necesidades de cada usuario.

Sobre este y otros temas hemos querido preguntar a fabricantes y marcas de referencia en el mercado español. Incluimos, a modo de ejemplo, preguntas de propuestas para casos y necesidades concretas perfectamente reproducibles en el mercado y por parte de los clientes del canal electro.

Las páginas que siguen a continuación, que no tienen desperdicio, son el resultado.

# solac

lo que hacemos, lo hacemos bien

Hazlo tu mismo,  
ponle hilo a tus ideas

solac



**¡Nueva!**  
**COTTON 12.0**



**COTTON 16.0**



**COTTON 24.0**



Tanto si empiezas en el mundo de la costura como si eres un apasionado del pedal y el hilo, las máquinas Cotton de 12, 16 y 24 puntadas se adaptan a tus necesidades creativas. Completas, versátiles y con todo lo que necesitas: regulador de tensión del hilo, ojalador automático en 4 pasos, brazo libre con cajita para guardar los accesorios, práctica luz guía y cortahilos.

Elige la máquina Cotton que va más contigo y crea, arregla o recicla. Tú mism@.



[www.solac.com](http://www.solac.com)

# Mitsubishi Electric: gama, eficiencia, apoyo y tecnología

[www.mitsubishielectric.es/aire-acondicionado](http://www.mitsubishielectric.es/aire-acondicionado)

Los responsables para España de la multinacional nipona hablan para SONITRÓN de la actualidad del sector de la climatización.

**¿Qué recomendaría para climatizar una vivienda de 80m<sup>2</sup> en la que viven cuatro personas?**

Lo idóneo sería un sistema con bomba de calor reversible, válido tanto para verano como para invierno. Se podría optar por un sistema 1x1 ya sea de pared o suelo, un multisplit para climatizar varias estancias o bien un sistema de conducto con instalación centralizada. Para viviendas de obra nueva recomendamos sistemas aerotérmicos aire-agua y que se entregue el calor mediante suelo radiante o radiadores y el frío mediante fancoils. Aunque requiere una mayor inversión inicial, el consumo energético en calefacción es menor y el confort es claramente superior.

**Para el caso anterior, ¿qué producto de su catálogo sería la mejor solución y por qué?**

Como sistemas 1x1 disponemos desde modelos más básicos como la unidad MSZ-DM, éxito de ventas por su excelente relación calidad-precio, hasta modelos de avanzada tecnología e innovador diseño como MSZ-LN Kirigamine Style. Máxima clasificación energética (A+++), sensor de presencia, control por Wifi, o filtro antialérgico Plasma Quad Plus, son algunas de sus prestaciones.

En sistemas multisplit, disponemos de la Serie MXZ, capaz de climatizar hasta seis estancias con una unidad exterior. Finalmente, en sistemas de conducto centralizado, destaca la Serie Pro, que dispone de un amplio abanico de potencias para adecuarse a cualquier tipo de espacio.

En equipos aerotérmicos aire-agua, nuestra solución de referencia es la gama Ecodan. Permite climatización en frío o en calor y producción de agua caliente sanitaria con altos niveles de eficiencia energética y bajo nivel sonoro, sin paneles solares.

**¿Y para climatizar únicamente un salón-comedor de unos 25 metros cuadrados o un dormitorio?**

El sistema idóneo sería un equipo de split pared o suelo 1x1. Es decir, con una unidad interior y una unidad exterior. Es importante, en este caso, hacer un cálculo adecuado de la potencia necesaria, no solo por metros cuadrados, sino valorando otros factores que pueden exigir una mayor o menor capacidad como el aislamiento de la vivienda, orientación, cantidad y tamaño de las ventanas o los focos de calor de esa estancia.

**¿Qué cree que valoran más los usuarios a la hora de buscar soluciones como las mencionadas?**

Recientes estudios de mercado sobre los consumidores revelan que los factores más determinantes son la eficiencia energética, el nivel sonoro del equipo y una buena relación calidad-precio. Si bien, el precio es un factor muy importante, los usuarios valoran la calidad de la marca en cuanto a reconocimiento, experiencia en el sector, fabricación, etc.



A largo plazo, ¿la solución más eficiente desde el punto del consumo de energía termina siendo también la más económica?

Sin duda, vale la pena apostar por equipos altamente eficientes, por el ahorro en el consumo eléctrico que esto conlleva a lo largo del año. Apostar por un equipo con clasificación energética superior puede suponer una reducción del consumo anual por encima del 20%. Y si tenemos en cuenta que la vida media de esta tipología de equipos está en torno a 10-15 años, el diferencial existente en el precio de compra se acaba compensando.

**¿Cómo cuidan ustedes a su distribución?**

Estamos en permanente contacto con ellos. Nos preocupamos no solo de ofrecerles un producto de calidad que satisfaga la demanda de sus clientes, sino de aportarles un valor añadido adicional en cuanto a atención comercial, atención al cliente y soporte postventa. Intentamos potenciar la visibilidad del producto en el punto de venta y promocionarlo de una forma atractiva. Todo ello, con el fin de apoyarles en todo lo posible en la distribución de nuestro producto al mercado.

**El confort de un hogar no se logra sólo con la temperatura adecuada ¿Qué opinan del Internet de las cosas y de los electrodomésticos inteligentes?**

Cada vez está más presente en el día a día de nuestras vidas y el futuro pasa por aquí. Cada vez es mayor la oferta de electrodomésticos inteligentes y hoy en día, debido al ritmo de vida que llevamos y a la poca disponibilidad de tiempo, es una tecnología que sin duda nos facilita la vida.

**¿Hacia dónde cree que se encamina la revolución de producto en el sector de la climatización, con la conectividad, el internet de las cosas, el control por voz y los smart devices?**

El sector de la climatización también se orienta hacia esta tendencia del mercado. Cada vez son más los equipos domésticos que ofrecen sistemas de conectividad. En nuestro caso disponemos del sistema de control MELCloud, que ofrece al usuario un control y parametrización muy completo. Control de las principales funciones del equipo vía smartphone o tablet; consulta del consumo



de energía; programar patrones de funcionamiento en función de nuestros horarios o hábitos; o acceso a información meteorológica son solo algunas de las funciones más destacadas. El futuro pasa por la integración total de todos estos equipos inteligentes.

**¿Cómo tiene en cuenta su empresa estas tendencias?**

Tenemos muy en cuenta todas las opciones disponibles y tenemos abiertas diferentes líneas de desarrollo que pasan precisamente por el IoT y los asistentes de voz. Desde el inicio del desarrollo de nuestro sistema de control MELCloud se ha buscado la integración cada vez más amplia de nuestro portfolio de productos. Actualmente, somos capaces de ofrecer conectividad en la nube no solo a unidades de uso doméstico, sino también a unidades de uso comercial, unidades aerotérmicas de calefacción, sistemas de caudal variable y sistemas de ventilación. También hemos desarrollado sistemas de gestión y monitorización remota diseñados especialmente para los sistemas de caudal variable, pensando sobre todo en la gestión de información de cara a facilitar la labor de los servicios de mantenimiento del edificio así como de los facility managers.

**¿Van a participar en la próxima edición de la feria Climatización de Madrid?**

Por supuesto, allí estaremos. Pensamos que es una ocasión ideal para compartir con nuestros clientes y profesionales del sector las tendencias de hacia adónde va el mercado, conocer sus experiencias y presentarles todas nuestras novedades para los próximos años.

# Daikin: bomba de calor, foco en el usuario y control desde el móvil

[www.daikin.es](http://www.daikin.es)

Daikin enseña sus cartas para hacer frente a las grandes tendencias y retos a los que se enfrenta, hoy en día, el mercado de la climatización.

**¿Qué recomendaría para climatizar una vivienda de 80m<sup>2</sup> en la que viven cuatro personas?**

La bomba de calor, ya que se trata de una tecnología que garantiza una climatización sostenible y eficiente tanto en frío como en calor, especialmente en países como el nuestro, ya que la bomba de calor es más eficiente cuanto más suave es el clima, debido a que la diferencia entre la temperatura exterior e interior es inferior y, por tanto, el trabajo que debe realizar la bomba de calor para climatizar la estancia es también menor. Pero no solamente es una solución perfecta para países de la cuenca mediterránea, buena muestra de ello es el auge de esta tecnología en el resto de Europa gracias a su rendimiento energético y a su reducido impacto ambiental.

**Para el caso anterior, ¿qué producto de su catálogo sería la mejor solución y por qué?**

Daikin Stylish, el último lanzamiento de Daikin. Se trata de un equipo de climatización con bomba de calor que aúna diseño y tecnología en la unidad de pared más compacta del mercado (tan solo 189 mm de fondo). Además, otra de sus características más importantes es su avanzada tec-

nología con sensores térmico y de movimiento, y su eficiencia energética A+++.

Daikin Stylish funciona con el refrigerante de nueva generación R-32, que reduce notablemente el impacto medioambiental, y cuenta con el efecto Coanda, fundamental para optimizar el flujo de aire y lograr un clima confortable en toda la estancia. Incluye también control Wifi de serie para controlar las unidades desde el móvil ya sea dentro o fuera del hogar.

**¿Y para climatizar únicamente un salón-comedor de unos 25 metros cuadrados o un dormitorio??**

También Daikin Stylish. Además de ser elegante y eficiente, su sensor térmico mide la temperatura de la habitación y permite distribuir el aire uniformemente según las necesidades de cada estancia. Esto significa que, sin importar las características de la sala en la que se encuentra, Daikin Stylish permite crear un ambiente agradable en todo momento. Destaca también su tecnología Flash Streamer que elimina las partículas, los alérgenos y los olores, proporcionando un aire interior saludable y de mayor calidad.

**¿Qué cree que valoran más los usuarios a la hora de buscar soluciones como las mencionadas?**

Una tendencia general en cualquier aspecto del día a día actual es la búsqueda de soluciones y servicios que sean respetuosos con el medio ambiente, que sean eficientes en cuanto a consumo energético y que tengan un diseño atractivo. También el control desde aplicaciones vía smartphone es uno de los aspectos que más valoran los usuarios, ya que, a día de hoy, usamos el teléfono móvil prácticamente para todo. Por ello, desde Daikin trabajamos de manera continua para garantizar productos que respondan a estas tres peticiones y todos nuestros equipos split pueden controlarse desde el móvil a través de una App.



A largo plazo, ¿la solución energéticamente más eficiente acaba siendo también la más económica? Sí. Es posible que el coste de partida sea más elevado, por el gran trabajo tecnológico y de innovación que hay detrás, pero una solución energéticamente eficiente siempre tendrá un impacto más positivo en la economía del hogar a largo plazo. Sin olvidar los beneficios a nivel medioambiental, cuyo valor es incalculable para la sociedad.

### ¿Cómo cuidan ustedes a su distribución?

Para Daikin la distribución es una piedra angular de nuestro servicio. Siempre recomendamos e insistimos en que sea un instalador profesional el que se encargue de la instalación del equipo. Pero más allá de eso también trabajamos de manera directa con estos profesionales. Bien sea a través de formaciones o apoyo en catálogos y material promocional para poder decorar sus espacios de venta.

### El confort de un hogar no se logra sólo con la temperatura adecuada ¿Qué opinan del Internet de las cosas y de los electrodomésticos inteligentes?

En Daikin, como compañía que valora especialmente la innovación, la conectividad es un aspecto fundamental. El internet de las cosas, la inteligencia artificial o los electrodomésticos inteligentes son una evolución natural de nuestra sociedad y apostamos firmemente por ellos. Nuestro objetivo final siempre es poder garantizar al usuario final soluciones que mejoran su calidad de vida, sean fáciles de usar y puedan adaptarse a las necesidades de cada hogar en cada momento. Para ello las tecnologías exponenciales son vitales ya que nos permiten ofrecer al cliente la posibilidad de que controle sus unidades a través de sus dispositivos móviles de manera rápida y sencilla.

### ¿Hacia dónde se encamina la revolución de producto en el sector climatización, con la conectividad, el internet de las cosas, el control por voz y los smart devices?

En Daikin son ya una realidad. Para nosotros, los conceptos de eficiencia, diseño e inteligencia van de la mano. Son parámetros que se tienen en cuenta en el día a día de la compañía, tanto en el desarrollo de las soluciones, como

a la hora de crear servicios complementarios como puede ser una app móvil para controlar el sistema instalado en el hogar. Con más de 90 años de experiencia, en Daikin nunca hemos dejado de usar las tecnologías más vanguardistas e integrarlas en nuestros productos.

### ¿Cómo tienen en cuenta estas tendencias?

Desde Daikin ofrecemos diferentes soluciones que dan respuesta a esta necesidad, siendo una de ellas nuestra app. Conocida como *Online Controller de Daikin*, permite controlar el clima del hogar desde cualquier lugar. El cliente solo necesitará conectar su dispositivo móvil a un punto Wifi y descargar la aplicación (disponible tanto para iOS como para Android). La app permite cambiar el termostato, establecer programas de temperatura, revisar el consumo energético e incluso desarrollar un flujo de trabajo. Además, se proporciona al usuario una visión general de su casa, pudiendo acceder a todas las funciones y controlar, sus distintos equipos de climatización.

### ¿Irán a la próxima feria Climatización de Madrid?

Sí, vamos a estar un año más en la feria Climatización de Madrid. Este espacio nos brinda la oportunidad de interactuar con profesionales del sector, conocer nuevas tendencias y compartir experiencias, además de compartir nuestras últimas innovaciones. Entre otras cosas, presentaremos allí lo último en unidades split, Daikin Altherma y Sky Air con R-32, además de soluciones del área de industrial como son VRV, enfriadoras y soluciones de refrigeración.



# Fujitsu y Daitsu: silencio y eficiencia, y facilidad de uso

[www.eurofred.es](http://www.eurofred.es)

Desde el departamento de marketing de Eurofred nos hablan de las bondades de los productos de climatización de sus marcas representadas, Fujitsu y Daitsu.

**¿Qué recomendaría para climatizar una vivienda de 80m<sup>2</sup> en la que viven cuatro personas?**

Si es una vivienda nueva o queremos hacer una reforma potente que nos permita mejorar la clasificación energética de la vivienda (por ejemplo si la quisiéramos alquilar), la mejor opción sería instalar un sistema de conductos. Con una sola máquina de 30.000 o de 36.000 frigorías podríamos climatizar todo el piso, ahorrando espacio y quedando totalmente escondida a la vista. Probablemente sea la opción más eficiente y estética actualmente.

**Para el caso anterior, ¿qué producto de su catálogo sería la mejor solución y por qué?**

Con Daitsu tenemos una solución de conductos, la serie ACD-KIDB, que nos proporcionará una máquina con todas las prestaciones, conectable a domótica y fácil de instalar. Si nos vamos a la marca Fujitsu encontraremos máquinas (por ejemplo la serie LA) con características líderes del mercado en cuanto a eficiencia, distancias de instalación y, sobre todo, el máximo nivel de silencio.

**¿Y para climatizar únicamente un salón-comedor de unos 25 metros cuadrados o un dormitorio?**

Para este caso, la instalación ideal sería la de una máquina split de pared como la Air R32 de 3,5kW de Daitsu o la Serie KP de 3,5kW de Fujitsu.

**¿Qué cree que valoran más los usuarios a la hora de buscar soluciones como las mencionadas?**

Existen diferentes perfiles de usuario. Por ejemplo, el usuario de Daitsu valora enormemente la facilidad en el uso y programación que ofrece la máquina, con todas las funciones necesarias, pero siempre al servicio de una facilidad de uso para el usuario, acercando de este modo el aire acondicionado al cliente y facilitándole la vida. En cambio, cuando compramos una máquina Fujitsu, estamos comprando silencio y eficiencia, asegurándonos que estamos adquiriendo una de las mejores máquinas del mercado.

**A largo plazo, ¿la solución más eficiente desde el punto del consumo de energía termina siendo también la más económica?**

Cada vez las máquinas de aire acondicionado son más eficientes, debido a la tecnología inverter, los motores DC y los gases de nueva generación. Esto va haciendo cada vez más clara su ventaja respecto a otros sistemas de climatización



más anticuados, por lo que ya no estamos hablando de un plazo tan largo, sino que estamos viendo que el ahorro se produce prácticamente desde la primera temporada de uso. Además, no sólo es un tema de ahorro en la factura de la luz, sino que las soluciones más eficientes nos pueden facilitar el acceso a exenciones de impuestos vía clasificaciones energéticas elevadas de la vivienda.

### ¿Cómo cuidan ustedes a su distribución?

Para nosotros, el mercado de la distribución es uno de los pilares de nuestro negocio. Durante el año realizamos innumerables promociones para que nuestros clientes tengan siempre ventaja en el mercado, y ofrecemos un apoyo comercial cercano, acompañado de uno de los mejores servicios técnicos del mercado. Además, nuestro apoyo es continuo y, año tras año, hemos demostrado que siempre damos servicio independientemente de los altibajos climáticos o, de cara al año que viene, la transición del R-410 al R-32.

### El confort de un hogar no se logra sólo con la temperatura adecuada ¿Qué opinan del Internet de las cosas y de los electrodomésticos inteligentes?

Somos plenamente conscientes de que ambos conceptos son el futuro y estamos moviéndonos en esa dirección. Como muestra, en 2019 presentaremos un catálogo donde prácticamente todos los productos serán compatibles con Wifi. Además, nuestra entrada en el IoT se hará a lo grande, como se podrá comprobar en la próxima feria C&R.

¿Hacia dónde cree que se encamina la revolución de producto en el sector de la climatización, con la conectividad, el internet de las cosas, el control por voz y los smart devices? ¿Cómo tiene en cuenta su empresa estas tendencias?

**“En 2019 presentaremos un catálogo donde prácticamente todos los productos serán compatibles con Wifi”**

Actualmente la conectividad y el Internet de las Cosas juegan un papel muy relevante en el sector de la climatización. Por ejemplo, la aplicación EWPE Smart de Dait-su controla las unidades interiores de hasta tres modelos de climatización (Dait-su Air, Dait-su Air R32, Dait-su Air 2x1 y Dait-su Liberty) y permite acceder a ellos a distancia y desde cualquier dispositivo móvil (smartphone o tablet).

### ¿Van a participar en la próxima edición de la feria Climatización de Madrid?

Estaremos presentes en la feria C&R, como cada año, con un stand donde promocionaremos las principales líneas de negocio y en la que también daremos a conocer grandes e importantes novedades.

Tenemos la firme convicción de que somos una empresa tecnológica puntera, y esto se verá reflejado en nuestra puesta de largo. Obviamente nos guardamos las mejores sorpresas para el evento, pero pondremos en valor los gases de nueva generación como el R-32 o el R-290, importantes novedades en conectividad y un tema de creciente importancia en el mercado como es el CAI (calidad de aire interior). Este último concepto vendrá acompañado de un producto revolucionario,

¡No os lo perdáis!



# Hisense: variedad, comunicación y comodidad

[www.hisense.es](http://www.hisense.es)

Oscar Gundin, National Sales Manager AC de Hisense, responde al cuestionario de SONITRÓN, confirmando la apuesta de la marca por las nuevas tecnologías y su presencia en la feria C&R 2019.

**¿Qué recomendaría para climatizar una vivienda de 80m² en la que viven cuatro personas?**

La bomba de calor. Es una solución térmica que permite climatizar cualquier recinto, local, vivienda, y apta para todas las épocas del año, tanto en invierno, como en verano, pudiendo producir agua caliente de manera sencilla y económica, y respetuosa con el medio ambiente.

**Para el caso anterior, ¿qué producto de su catálogo sería la mejor solución y por qué?**

Las bombas de calor aire-aire o agua-aire.

**¿Y para climatizar únicamente un salón-comedor de unos 25 metros cuadrados o un dormitorio?**

Habría que tener en cuenta las características del recinto a climatizar: ubicación, fuentes de calor, tipo de vivienda, cerramientos...Aquí, las opciones más adecuadas serían un split de pared, consola y/o suelo-techo. Las dos últimas opciones son ideales para habitaciones abuhardilladas, y también en el caso de la consola como una solución muy confortable si se usa para calefactar, ya que

el flujo de aire caliente proviene de la parte inferior del equipo evitando así la estratificación (es decir, que el aire caliente se quede en la parte superior de la habitación).

**¿Qué valoran más los usuarios a la hora de buscar soluciones como las mencionadas?**

La eficiencia energética, el coste de la electricidad y la conciencia de protección medioambiental, unido a baja sonoridad, estética y equipos más compactos.

**A largo plazo, ¿la solución energéticamente más eficiente acaba siendo también la más económica?**

Sin duda. Un equipo de climatización no es un solución para un uso a corto plazo, si no para varios años. Nadie conoce el coste futuro de la electricidad, ni las restricciones legales que pueden afectar en un futuro, por lo que un equipo eficiente es la mejor elección.

**¿Cómo cuidan ustedes a su distribución?**

Mantenemos una comunicación cercana y permanente con ellos, escuchamos sus propuestas, atendemos sus necesidades y les mantenemos permanentemente informados de los cambios y tendencias del mercado. Les apoyamos con formación y diseñamos herramientas de venta que se adapten a cada tipología de cliente.

**El confort de un hogar no se logra sólo con la temperatura adecuada ¿Qué opinan del Internet de las cosas y de los electrodomésticos inteligentes?**

En Hisense disponemos de una amplia gama de producto que permite esta conectividad y que, además, se adapta a nuevas soluciones del mercado. Para el usuario cada vez es más importante poder manejar los equipos electrodomésticos de su hogar y, por supuesto, la climatización de una manera remota, y de acceso rápido (smartphone, tablet, Pc, Voice Assitance...).

**¿Tienen previsto participar en la próxima edición de la feria Climatización de Madrid?**

Sí, presentaremos nuestras nuevas gamas de climatización doméstica, comercial, aire-agua y VRF con gas R32 y gas R410A.

# Gia Group: la eficiencia energética por bandera



[www.groupgia.com](http://www.groupgia.com)

Gia Group nacida el año 2000 en Barcelona, de capital 100% español, fabrica productos de climatización altamente eficientes al alcance de todos. Contesta Ricard González, Key account manager.

**¿Qué recomendaría para climatizar una vivienda de 80m<sup>2</sup> en la que viven cuatro personas?**

Un sistema por conductos sería la mejor opción, por su reparto uniforme del frío y del calor por todas las estancias de la casa.

**Para el caso anterior, ¿qué producto de su catálogo sería la mejor solución y por qué?**

Nuestro modelo de conducto L01 de 9890 frigorías, por su alta eficiencia, tanto en modo frío como en modo calor, y por sus múltiples prestaciones.

**¿Y para climatizar únicamente un salón-comedor de unos 25 metros cuadrados o un dormitorio?**

En este caso, la opción de split mural de 2.752 frigorías, IX39B, con Wifi opcional. Dispone de altas prestaciones y una eficiencia energética de A++ en modo frío y A+++ en modo calor.

**¿Qué valoran más los usuarios a la hora de buscar soluciones como las mencionadas?**

Cada vez más, los clientes están más y mejor informados.

Esto los hace más exigentes con las prestaciones de los productos. Así, por lo general, valoran la eficiencia energética y el nivel sonoro de los productos.

**A largo plazo, ¿la solución energéticamente más eficiente acaba siendo también la más económica?**

Sí, claro. La eficiencia energética va directamente ligada a la potencia consumida versus el confort. Aunque la inversión inicial quizá sea algo más elevada, se recupera rápidamente con el ahorro en la factura energética.

**¿Cómo cuidan ustedes a su distribución?**

A parte de formaciones, seminarios, materiales publicitarios etc..., tenemos gamas de producto exclusivas para este canal.

**El confort de un hogar no se logra sólo con la temperatura adecuada ¿Qué opinan del Internet de las cosas y de los electrodomésticos inteligentes?**

Estamos viviendo en una sociedad cada vez mas conectada y la domótica tecnológica va ganando adeptos. La comodidad de poder controlar los aparatos electrónicos del hogar con el smartphone hace aumentar el confort. La tendencia tecnológica es el control de voz, en donde la I+D+i está trabajando para aplicar esta tecnología al control de la climatización.

**¿Tienen previsto participar en la próxima edición de la feria Climatización de Madrid?**

Sí, Creemos que es un buena forma de presentar todas nuestras novedades a los clientes del sector.

# Eas Electric: ahorro energético y apuesta por la aerotermia



[www.easelectric.es](http://www.easelectric.es)

Desde la empresa Eas Electric inciden en la importancia del ahorro y las ventajas que presentan las soluciones de climatización más eficientes desde el punto de vista del consumo energético.

**¿Qué recomendaría para climatizar una vivienda de 80m<sup>2</sup> en la que viven cuatro personas?**

Depende si es obra nueva, vivienda a reformar o con la preinstalación ya hecha. Es necesario valorar cada caso en concreto, pero si se trata de una obra de nueva construcción, sin duda un equipo de aerotermia.

**Para el caso anterior, ¿qué producto de su catálogo sería la mejor solución y por qué?**

Nuestra unidad monoblock de la serie M-Thermal de equipos de aerotermia. En concreto, el modelo ETH-110VM. Actualmente es el sistema más eficiente y confortable del mercado.

**¿Y para climatizar únicamente un salón-comedor de unos 25 metros cuadrados o un dormitorio?**

Para una estancia de esas características recomendaríamos un split de aire acondicionado.

**¿Qué valoran más los usuarios a la hora de buscar soluciones como las mencionadas?**

Los clientes, lo que buscan es el máximo confort y el menor consumo energético posible.

**A largo plazo, ¿la solución energéticamente más eficiente acaba siendo también la más económica?**

Por supuesto. Los equipos más eficientes suponen una inversión superior al principio, pero que se ve altamente recompensada con una gran reducción de gastos en la factura de la electricidad durante la vida del equipo.

**¿Cómo cuidan ustedes a su distribución?**

Nosotros les ofrecemos cursos de formación, atención especializada, y tenemos un departamento de prescripción en el que estudiamos cada situación para ofrecer la mejor solución de climatización en cada caso.

**El confort de un hogar no se logra sólo con la temperatura adecuada ¿Qué opinan del Internet de las cosas y de los electrodomésticos inteligentes?**

De herramientas como internet, consideramos que son de gran ayuda para el control, el ahorro energético y para lograr un confort óptimo en el momento deseado. Logran hacer todo controlable de manera remota y acceder a información en tiempo real del funcionamiento y el consumo de cada dispositivo.

**¿Tienen previsto participar en la próxima edición de la feria Climatización de Madrid?**

No. Nuestra empresa no va a participar en la misma.

# ufesa

pequeños grandes  
aciertos



b&b  
trends

[www.bbtrends.es](http://www.bbtrends.es)



[www.ufesa.es](http://www.ufesa.es)

# Gaming: la próxima frontera del consumo

[www.aevi.org.es](http://www.aevi.org.es)

La industria de los videojuegos está en auge, y uno de los indicios más claros es, además de todos los fabricantes y retailers que apuestan por este sector, sus buenas cifras en materia de facturación y empleo.

■ Aunque los progenitores de adolescentes, que tienen que levantarse de madrugada para quitarle al chico o a la chica la consola de las manos, puedan no sentirse muy felices al respecto, lo cierto es que desde hace unos años los videojuegos y los eSports (o sea, el gaming) está evolucionando a toda prisa de entretenimiento friki a actividad de ocio consolidada, con prestigio, con aplicaciones en varios campos, e incluso con posibilidades de carrera profesional. De hecho, ya es la primera opción de ocio audiovisual e interactivo en nuestro país.

Además, según el último anuario publicado por AEVI, la Asociación Española de Videojuegos, en 2017 esta industria llegó a facturar 1.359 millones de euros, un 17% más que durante 2016, superando con creces los ingresos de otros mercados audiovisuales. Tanto es así, que el ritmo de crecimiento de este sector en España es dos veces más elevado que el europeo e incluso que el mundial, de manera que en este momento España se encuentra entre los 10 primeros países del mundo en volumen del negocio gaming. El 65% de estas ventas (885

millones) fue a parar a hardware, software y accesorios, lo que representa, respectivamente, un 22,1% , un 7,8% y un 6,2% más que lo que estos sectores generaron el año anterior. Por si fuera poco, según datos de Gametrack (Ipsos) para AEVI, en España hay 15,8 millones de usuarios de videojuegos, que dedican una media de 6,6 horas semanales a esta actividad, y que tienen penetración en todos los ámbitos sociales.



Con este panorama, no es de extrañar que los fabricantes se expriman las neuronas para proporcionar a los jugadores todos los terminales y accesorios necesarios para desarrollar su afición con la mayor comodidad y efectividad. A continuación se pueden ver algunos ejemplos de esta categoría de producto, que según todos los indicios batirá récords de ventas durante las fiestas navideñas.

## El filón laboral del sector del videojuego

En los últimos cinco años, InfoJobs ha recogido un total de 2.917 vacantes para cubrir puestos relacionados con los videojuegos, principalmente en las ciudades de Madrid y de Barcelona. En lo que se refiere a las empresas contratantes, los datos de InfoJobs revelan que su volumen ha ido aumentando en el tiempo y ya duplica los números de 2012, antes de empezar la crisis, cuando el sector estaba en pleno crecimiento.

Además, según el tipo de contrato, el sector gaming ofrece un porcentaje de vacantes de contratación indefinida bastante superior a la media en InfoJobs: el 31% del total de ofertas publicadas en la plataforma en 2017 ofrecía contrato indefinido, y en el caso del sector de los videojuegos, este porcentaje asciende –en 2018– hasta el 79% (63% si analizamos los últimos cinco años). Actualmente, los salarios ofertados, según el tipo de puesto de trabajo, van desde los 33.000 a los 18.000 euros anuales brutos.

## PRODUCTO



1



3



5



2



4



6

### 1 AOC / [eu.aoc.com/es](http://eu.aoc.com/es)

La serie G1 de monitores gaming ofrece una gran relación calidad-precio con un diseño curvo muy atractivo, 144 Hz de tasa de refresco, 1 ms de tiempo de respuesta, y tres tamaños para satisfacer el gusto de todos: 24", 27" y 31,5". Esta serie también cuenta con un gran número de características pensadas especialmente para los gamers.

### 2 Acer / [www.acer.es](http://www.acer.es)

Acer informa que sus ordenadores gaming de sobremesa, Predator Orion 9000 y 5000, están equipados con los nuevos procesadores Intel Core de 9ª generación, especiales para jugadores. Ofrecen un salto de rendimiento para una experiencia fluida y perfecta, incluso durante retransmisiones y grabación, con sus hasta 8 núcleos y 16 hilos de ejecución.

### 3 Toshiba / [www.toshiba.es](http://www.toshiba.es)

Toshiba ha incorporado nuevos modelos 12 Tb y 14 Tb a sus gamas de discos duros N300 para NAS y X300 para aplicaciones que requieren alto rendimiento y PC gaming. El hito es posible gracias a la tecnología de sellado de helio, que permite al fabricante aumentar la densidad de almacenamiento e incorporar hasta nueve platos en los N300 y X300, reduciendo al mismo tiempo el consumo energético asociado a su operativa.

### 4 TP-Link / [www.tp-link.com/es](http://www.tp-link.com/es)

El router WiFi tribanda C5400 Archer C5400X ha sido desarrollado para que el gamer sea más competitivo durante la partida, al ofrecer una velocidad combinada de hasta 5.334 Mbps e incorporar un motor de optimización dinámica, que identifica automáticamente el tráfico de juego. Asimismo, garantiza una conexión VPN cinco veces más rápida, gracias a su aceleración VPN, e incorpora una CPU de cuatro núcleos de 1,8 GHz de 64 bits, tres coprocesadores, y 1 Gb de RAM.

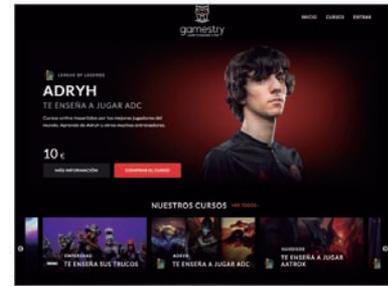
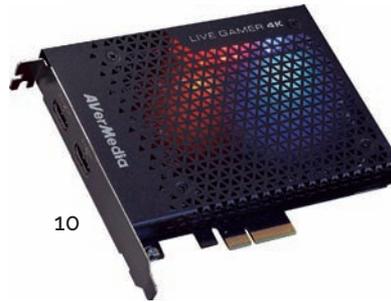
### 5 Medion / [www.medion.com/es](http://www.medion.com/es)

Los equipos PC gaming Medion Eraser destacan por incluir la 9ª generación de procesadores Intel Core hasta i9 9900 K, así como las nuevas tarjetas gráficas NVIDIA RTX hasta el modelo tope de gama, 2080Ti, con 11 Gb. Destacan también por sus diseños novedosos a través de diferentes y atractivas carcasas de cristal que se iluminan durante el uso y que cuentan con diferentes opciones gráficas.

### 6 HyperX / [www.hyperxgaming.com/es](http://www.hyperxgaming.com/es)

Los auriculares gaming HyperX Cloud mantienen el color azul característico de la PlayStation4 e incluyen drivers de 53 mm, que proporcionan un sonido de alta calidad. Además, su estructura es de aluminio.

## PRODUCTO



### 7 HP / [www8.hp.com/es/es](http://www8.hp.com/es/es)

Diseñado para el overclock, el portátil gaming Omen X 17 cuenta con el rendimiento gráfico de un equipo de sobremesa, un teclado mecánico, y una fácil capacidad de ampliación.

### 8 Logitech / [www.logitech.com/es-es](http://www.logitech.com/es-es)

Logitech G512 es un teclado mecánico para gaming, de alto rendimiento, basado en los galardonados diseños de los G413 y G513. Ofrece tres opciones de interruptores diferentes: táctil, lineal y el nuevo interruptor mecánico GX Blue. Con la incorporación de este último, la firma amplía su gama de interruptores con el objetivo de ofrecer una mejor experiencia de uso para cada tipo de gamer.

### 9 MSI / [es.msi.com](http://es.msi.com)

El ratón gaming gear Clutch GM70, completamente costimizable, proporciona una gran experiencia con Avago PMW3360; sensor óptico; Mystic Light, que permite elegir un millón de colores RGB; Gaming Center para mejorar la configuración, y características especiales Omron. Viene competamente equipado con todos los accesorios y se puede usar con cable o de manera inalámbrica.

### 10 AVerMedia / [www.avermedia.com](http://www.avermedia.com)

La capturadora Live Gamer 4K (LG4K) captura contenido 4K HDR hasta 240 FPS. Además, incorpora RECentral, el primer software de captura de videojuegos capaz de grabar contenido HDR, que también puede transmitir simultáneamente a múltiples plataformas.

### 11 Woxter / [www.woxter.es](http://www.woxter.es)

Woxter Stinger Station Pro Led es una silla para gamers pensada para optimizar la experiencia de juego y velar por la comodidad del usuario. Unas bandas de luces LED en los laterales iluminan su contorno con la tonalidad específica de cada modelo. Está disponible en tres colores (rojo, azul y verde).

### 12 Gamestry / [www.gamestry.com](http://www.gamestry.com)

Plataforma online donde los usuarios pueden aprender de los mejores jugadores de los eSports. Fundada por jóvenes de entre 22 y 28 años de edad, ha conseguido reunir como entrenadores a jugadores profesionales que han competido en las mejores ligas del mundo.

# La mejor comunicación para la familia

Comodidad en cada detalle



Gigaset C570



Gran pantalla TFT a color



Identificación del llamante (\*)



Bloqueo de llamadas anónimas



Vigilancia de habitación



Función de alarma/Despertador



Letra tamaño grande



Manos libres con brillante calidad de sonido



Agenda para hasta 200 contactos



Compatible con audífonos

## Bienvenido a la familia Gigaset:

[www.gigaset.com/es](http://www.gigaset.com/es)

(\*)Dependiente de la red/operador



# Gigaset

# CES 2019 sigue en la vía de la innovación

[www.ces.tech](http://www.ces.tech)

CES 2019 (Las Vegas, 8-11 de enero de 2019) pondrá el foco en temas como drones, autoconducción, 5G, IA, salud digital, realidad aumentada y virtual, Smart Home y Smart Cities, e informática cuántica.

- Unos 4.500 expositores (lo que supera con creces los 3.900 del año anterior) presentarán tecnología transformadora para las principales industrias actuales en la edición 2019

de CES, organizada por la Consumer Technology Association (CTA). Uno de los eventos tecnológicos más grandes e influyentes del mundo contará este año con 260.000 m<sup>2</sup> netos de espacio expositivo (superando los 240.000 de 2018), con lo que se bate un nuevo récord de extensión ferial.

Algunos de los expositores más destacados de CES 2019 serán AMD, Bosch, Hisense, Intel, LG Electronics Panasonic, Qualcomm, Samsung y Sony. Además de las áreas de exhibición, más de 250 sesiones de conferencias reflejarán diversas perspectivas de la tecnología actual; una de las novedades de este año es el nuevo programa de conferencias, que también contará con área de exhibición, enfocado en la resiliencia y en las tecnologías resistentes, es decir, las tecnologías que mantienen al mundo sano, seguro, cálido, alimentado y seguro, incluso ante las adversidades.

Asimismo, más de 150 expositores presentarán los últimos avances en tecnología de autoconducción, entre ellos LG y Bosch. Por otro lado, firmas como AMD impulsarán las tecnologías de computación y gaming con las primeras CPU y GPU de alto rendimiento de 7 nm del mundo, proporcionando la energía necesaria para alcanzar el próximo horizonte de la tecnología; también, Intel presentará inno-



CES 2018.

vaciones tecnológicas que, según la compañía, inaugurarán una nueva era para la informática.

### Premios CES 2019 Innovation

Ya se conocen los ganadores de los premios CES 2019 Innovation. Entre las 28 categorías de productos galardonados, se pueden citar, por ejemplo, el Lenovo Yoga Book C930 en Hardware y Componentes Informáticos, la GPU NVIDIA GeForce RTX 20-Series en Gaming, y los auriculares Sony WH-1000XM3 en Auriculares.

No obstante LG y Samsung se encuentran entre las marcas más premiadas en estos galardones, la primera, por ejemplo, con los smartphones LG V40 ThinQ y LG G7 ThinQ, así como con el smartwatch LG Watch W7; otros productos LG ganadores del Premio a la Innovación CES 2019 incluyen nuevos y avanzados equipos de lavado, sofisticados televisores, sistemas de audio y ordenadores, entre otros, que se presentarán en la feria. La segun-

## LG y Samsung se encuentran entre las marcas más premiadas en los CES 2019 Innovation Awards

da, por su parte, cuenta con 30 de sus innovaciones en productos seleccionadas como ganadoras, entre ellas Samsung Galaxy Note 9, Galaxy Tab S4, Galxy Watch, cargador inalámbrico Duo y muchos más.

Los CES Innovation Awards, patrocinados por la CTA y avalados por la Industrial Designers Society of America, destacan los avances en diseño e ingeniería de los productos. Los premios son seleccionados anualmente por un panel de diseñadores de la industria, ingenieros y periodistas que juzgan las propuestas según varios criterios, que abarcan el valor para usuario, la estética, el diseño innovador, la calidad y las contribuciones a la calidad de vida.



# DURAS POR NATURALEZA

RECUBRIMIENTO ANTIADHERENTE

**GRANITE**

**PFLUON**  
NON-STICK COATING

Libre de  
**PFOA**

Plancha de asar electrónica  
Mod. GR3000

Resistencia  
**xcellence**  
Óptima distribución del calor en toda la superficie.



2.700 W.  
480x320 mm.  
Control electrónico: 4 temperaturas constantes.

**GRANITE**  
Black

Sartenes "Tacaná"  
Mod. SF3

Fondo difusor Full induction.  
Exterior con silicona resistente a altas temperaturas, perfecta distribución del calor.  
Mango ignífugo.



www.jata.es



## Enero 2019

### 8/11 CES

Feria de electrónica de consumo.  
Las Vegas (EE.UU.)  
[www.cesweb.org](http://www.cesweb.org)

### 14/20 LivingKitchen 2018

Feria internacional de la cocina.  
Colonia (Alemania)  
[www.livingkitchen-cologne.com](http://www.livingkitchen-cologne.com)

### 16/18 Wearable Expo 2018

Exposición internacional especializada en dispositivos ponibles y tecnología.  
Tokio (Japón)  
[www.wearable-expo.jp/en/](http://www.wearable-expo.jp/en/)

### 16/19 Ispo Beijing

Feria internacional del mercado del deporte.  
Beijing (China)  
[beijing.ispo.com](http://beijing.ispo.com)

### 19/23 Maison & Object

Feria de artículos para el hogar.  
París (Francia)  
[www.maison-objet.com](http://www.maison-objet.com)

### 24/10-03 Casa Decor Madrid

Feria del hábitat.  
Madrid (España)  
[www.casadecor.es](http://www.casadecor.es)

### 28/01-02 Espacio Cocina - SICI

Salón del equipamiento de cocina.  
Valencia (España)  
[www.espaciococina.feriavalencia.com](http://www.espaciococina.feriavalencia.com)

## Febrero 2019

### 03/06 ISPO Múnich

Feria internacional del mercado del deporte.  
Munich (Alemania)  
[munich.ispo.com](http://munich.ispo.com)

### 05/08 ISE

Feria profesional de audio y vídeo.  
Amsterdam (Holanda)  
[iseurope.org](http://iseurope.org)

### 08/12 Ambiente

Exposición internacional de bienes de consumo. Incluye exposición de PAE.  
Frankfurt (Alemania)  
[ambiente.messefrankfurt.com](http://ambiente.messefrankfurt.com)

### 19-21 EuroCIS febrero

Salón de tecnología para comercios minoristas.  
Düsseldorf (Alemania)  
[www.eurocis.com](http://www.eurocis.com)

### 25/28 Mobile World Congress

Feria del sector de la telefonía móvil.  
Barcelona (España)  
[www.mobileworldcongress.com](http://www.mobileworldcongress.com)

### 26/01-03 Climatización y Refrigeración - Genera

Salón internacional de aire acondicionado, calefacción, ventilación, frío industrial y comercial y refrigeración / Feria internacional de energía y medio ambiente.  
[www.climatizacion.ifema.es](http://www.climatizacion.ifema.es)  
[www.genera.es](http://www.genera.es)

### 28-03/03 CP+ Camera & Photo Imaging Show

Exposición sobre fotografía e imagen para consumidores y empresas.  
Yokohama (Japón)  
[www.cpplus.jp/en](http://www.cpplus.jp/en)

## Marzo 2019

### 02/05 Home/House Wares Show

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

Chicago (EE.UU.)

[www.housewares.org](http://www.housewares.org)

### 05/07 Club Ecommerce Summit 1to1

Encuentro de las tiendas online españolas.

Barcelona (España)

[summit.clubecommerce.com](http://summit.clubecommerce.com)

### 09-17 Wohnen & Interieur

Feria internacional de interiorismo, diseño, accesorios, jardín y home entertainment.

Viena (Austria)

[www.wohnen-interieur.at/en](http://www.wohnen-interieur.at/en)

### 11/15 ISH

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

Frankfurt (Alemania)

[www.ish.messefrankfurt.com](http://www.ish.messefrankfurt.com)

### 14/17 Appliance & Electronics World Expo (AWE)

Feria de electrónica y electrodomésticos.

Shanghai (China)

[awe.com.cn](http://awe.com.cn)

### 17/20 Mostra Convegno Expocomfort-MCE

Feria de climatización, agua y energía.

Milán (Italia)

[www.mceexpocomfort.it](http://www.mceexpocomfort.it)

### 18/21 Enterprise Connect

Conferencia y expo sobre empresas conectadas y movilidad.

Orlando (Florida, EE.UU.)

[www.enterpriseconnect.com](http://www.enterpriseconnect.com)

### 18/22 Game Developers Conference

Conferencia de desarrolladores de videojuegos

San Francisco (California, EE.UU.)

[www.gdconf.com](http://www.gdconf.com)

### 28 Retail Forum

Personalización y Mobile Always para la mejor Shopper Experience.

Madrid (España)

[www.retailforum.es](http://www.retailforum.es)

## Abril 2019

### 02/04 MEDPI

Club de negocios del multimedia.

Mónaco,

[www.medpi.com](http://www.medpi.com)

### 02/04 BatterieTagung

Conferencia sobre baterías.

Aachen (Alemania).

[www.battery-power.eu](http://www.battery-power.eu)

### 03/04 Congreso&EXPO asLAN

Evento B2B España de infraestructuras digitales.

Madrid (España)

[www.congreso.aslan.es](http://www.congreso.aslan.es)

### 06/11 NAB Show

Feria internacional de medios electrónicos, creación, gestión y entrega de contenido de todas las plataformas.

Las Vegas (Nevada, EE.UU.)

[www.nabshow.com](http://www.nabshow.com)

### 12/13 eShow

Barcelona (España)

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

[www.the-eshow.com/barcelona](http://www.the-eshow.com/barcelona)

### 13/16 HK Electronics Fair

Hong Kong (China)

Feria de la electrónica de Asia. Edición de primavera.

[hkelectronicsfair.com](http://hkelectronicsfair.com)

### 14-16 World Retail Congress

Congreso de fórmulas de distribución.

Dubai (EAU).

[www.worldretailcongress.com](http://www.worldretailcongress.com)

### 15/17 Expo Electronica

Feria internacional de producción y componentes electrónicos y PCBs.

Moscú (Rusia)

[expoelectronica.primexpo.ru/en](http://expoelectronica.primexpo.ru/en)

### 15/18 Elektro

Feria de equipamiento eléctrico.

Moscú (Rusia).

[www.elektro-expo.ru](http://www.elektro-expo.ru)

### Se cancela CEBIT

A finales de noviembre, la Deutsche Messe AG de Hannover, organizadora del evento, anunció oficialmente la cancelación de CEBIT, la mayor feria de informática del viejo continente, dado el escaso número de reservas para 2019. Para compensar, la feria de Hannover integrará los temas relacionados con la industria de CEBIT en su megaferia Hannover Messe, y también desarrollará temas adicionales de CEBIT en eventos especializados para tomadores de decisiones de industrias verticales. Los organizadores explican su decisión porque los desarrollos tecnológicos dentro de la economía digital han reducido la demanda de ferias horizontales: el impacto innovador de la digitalización es particularmente evidente en los sectores de aplicaciones industriales, y por eso muchos de los expositores principales tradicionales de CEBIT han recurrido a eventos dirigidos a estas industrias para generar nuevos negocios.

### C&R 2019: buenas prácticas en instalaciones

C&R 2019 (26 de febrero al 1 de marzo en Madrid) propone un amplio abanico de demostraciones prácticas y formativas en su Taller TAC, organizado en colaboración con AGREMIA, para difundir buenas prácticas en instalaciones, como concienciación medioambiental de los profesionales y necesidad de conocer la normativa vigente,

en los sectores de Climatización, Calefacción-ACS y Ventilación/Extracción.



### Photokina, pospuesta hasta mayo de 2020

Tras una exitosa Photokina 2018, la Asociación Alemana de la Industria Fotográfica (PIV), como patrocinador de la feria, y el organizador del evento, Koelnmesse, acordaron no organizar la próxima feria en mayo de 2019, como se había previsto inicialmente, sino en el mismo mes de 2020. Así, desde el miércoles 27 hasta el sábado 30 de mayo de 2020, todos los líderes del mercado en la industria de la imagen se darán cita nuevamente en Colonia. La decisión de posponer el inicio anunciado de Photokina un año está destinada a dar a todos los participantes la oportunidad de desarrollar aún más el nuevo concepto, y aprovechar los nuevos grupos objetivo de expositores y visitantes, con el fin de mejorar la posición de la feria como plataforma global para la industria de la fotografía y la imagen.

### El I Congreso Internacional CAI se clausura con éxito

La primera edición del Congreso Internacional de Calidad de Aire Inte-

rior, organizado por la Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización, AFEC; la Asociación Técnica Española de Climatización y Refrigeración, ATECYR; y la Federación de Empresas de Calidad Ambiental en Interiores, FEDECAI, reunió a 326 congresistas los días 22 y 23 de noviembre en la Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales de Madrid.



### Éxito de Madrid Games Week 2018

Madrid Games Week cerró sus puertas con un rotundo éxito de asistencia, participación, y contenidos de extraordinario interés tanto para la industria del videojuego como para todos los aficionados al mundo gamer. La feria, que organizada por IFEMA y la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), volvió a celebrarse en Feria de Madrid, los pasados 18 al 21 de octubre, congregó a 136.200 visitantes en una edición más completa que nunca en la que se dieron cita 138 empresas, a lo largo de 270 stands. En la feria se contaron más de un millar de puestos de juego, y estuvieron presentes grandes marcas de referencia.

# Nuevos televisores de 65" 4K



También disponible  
en 55" y 43"

**4K**  
Ultra HD

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

# NAVI G-1

intelligentCleaner

SS-16075



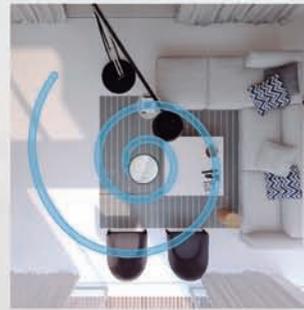
HABITACIÓN



BORDES



AUTO



ESPIRAL



ÁREA



## MODO FREGADO



NAVEGACIÓN  
POR GIROSCOPIO



SUCCIÓN HÚMEDA



ANTI-COLISIÓN



ANTI-CAÍDA



AUTONOMÍA  
120 min

