

LA **DIGITALIZACIÓN** EN EL PUNTO DE VENTA:  
COVID-19, TENDENCIAS  
E INICIATIVAS

LOS **ELECTRODOMÉSTICOS**  
SE ADAPTAN A LA NUEVA ERA  
POSCOVID-19

6.100 VISITANTES PRESENCIALES Y MÁS DE  
78.000 VIRTUALES, EN **LA IFA DEL  
CORONAVIRUS**

Mambo  
cecotec



## Mambo 10090 Conecta con tu chef interior.

Cocina un universo de recetas con la intuitiva App Mambo. Una experiencia de uso comodísima para interactuar con el robot a tiempo real. Gestiona fácilmente todo desde el Smartphone: Guarda tus recetas, sigue los pasos, recibe alertas push... Ahora todo el mundo puede convertirse en un gran chef.

Disfruta de la alta cocina sin mover apenas un dedo.

### Mambo 10090

App Mambo interactiva con universo de recetas. Báscula integrada, jarra inoxidable y jarra cerámica Habana. Para vivir la experiencia completa.



### Mambo 8590

Máxima precisión en cada receta con báscula integrada y jarra de acero inoxidable apta para lavavajillas. Para ser el nuevo chef en casa.



### Mambo 9590

Con báscula integrada, jarra de acero inoxidable y jarra Habana, revestida con cerámica de máxima anti-adherencia. Para maestros culinarios.

cecotec

**cecopartners:**

Forma parte de la revolución PAE.  
partners@cecotec.es | 96 320 19 17 (Ext 306)

# In love with Technology.

## Hornos multifunción con vapor Hisense

La pasión por la tecnología y la fiabilidad nos ha llevado a crear electrodomésticos modernos para quienes disfrutan cocinando. Los hornos multifunción con vapor de Hisense te permiten preparar platos más saludables, con menos aceite y grasas para ayudarte a llevar una alimentación más sana. No solo retiene las vitaminas y los minerales, cocinar al vapor también conserva el sabor, el color y la jugosidad de tus platos.

434  
En portada



**sonitrón**

**4 Editorial**

Cuidar al enfermo

**6 On - Off**

**8 Curiosidades**

**Actualidad**

**10** Entrevista con Eduardo del Amo, Director General de Winiadaewoo Electronics Iberia

**14** Entrevista con Manuel Royo, Director de Marketing de Grundig Iberia

**18** La digitalización en el punto de venta: Covid-19, tendencias e iniciativas

**24** Breves

**Producto**

**26** Los electrodomésticos se adaptan a la nueva era posCovid-19

**Ferias**

**42** 6.100 visitantes presenciales y más de 78.000 virtuales, en la IFA del coronavirus

**44** CES 2021 no se celebrará en formato presencial, sino virtual

**45** El evento METIC de Tech Data se celebra por primera vez en formato virtual

**46** C&R 2021: el sector de la climatización se cita en Madrid en febrero del año próximo

**47** Gamelab 2020 cerró una edición online con más de 15.000 espectadores

**48** Calendario

**50** Breves



**Dirección editorial** direccion@globalcc.es

**Dirección publicidad** Luisa Perales l.perales@globalcc.es

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

**Redacción** Eva Durán redaccion@globalcc.es

Judit Gómez judit.gomez@globalcc.es

**Dirección arte / diseño** Xavier Lanzas dsgn@globalcc.es

**Suscripciones** contabilidad@globalcc.es

**Impresión** Comgrafic, S.A.

D.L.: B-33-762-67

Doria Global Media, SL - B67619528 - C/ Sicilia 95, ático, 08013, Barcelona

sonitron.net / sonitron@sonitron.net    



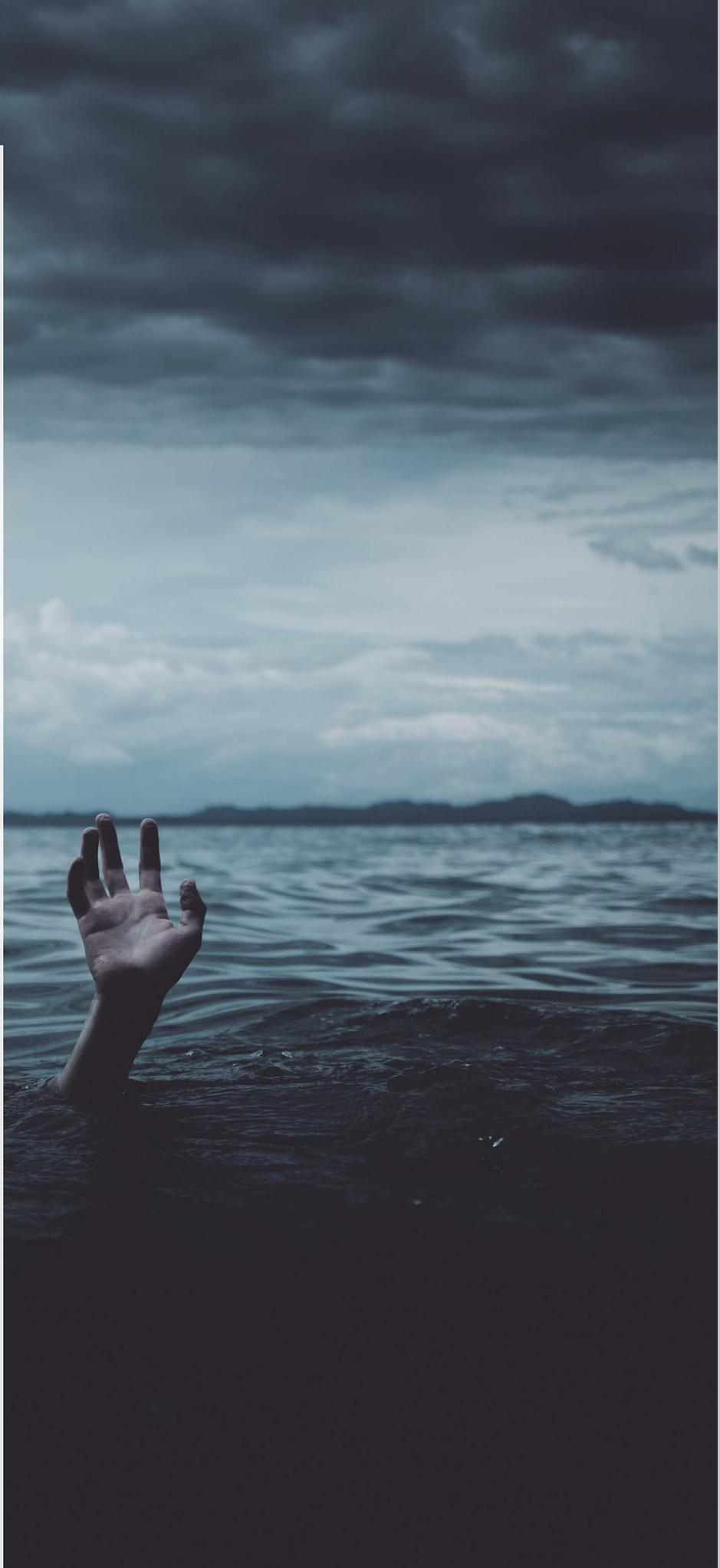
# Cuidar al enfermo

■ Los que tenemos una cierta edad hemos vivido la época en la que se recetaban antibióticos sin problemas. Desde hace unos años, eso no pasa, quizás por los excesos del pasado.

Ahora, ha de estar muy bien justificado que se necesitan, para que un médico decida dispensarlos. Y tiene su lógica, porque los remedios están para solucionar males y no para abusar de ellos de manera ineficaz.

Hace años que el sector electro viene reclamando la puesta en marcha de planes renove que dinamicen las ventas de gama blanca. Podría discutirse si, con anterioridad, esos planes eran necesarios. Si antes de la pandemia, estaban o no justificados. Pero de lo que no cabe la menor duda es de que en estos momentos los planes renove de electrodomésticos resultan vitales.

De la misma manera que las medicinas son para los enfermos, el sector electro necesita ahora, más que nunca, los planes renove. Por suerte, así lo han entendido en algunas comunidades autónomas que han dado el paso. Es el caso de El País Vasco, Galicia, Aragón y Extremadura. Se trata de un ejemplo que esperamos que cunda, y rápido, en el resto de España. Porque ahora, todas las medidas de estímulo al consumo, son pocas.



# Encuentra la única diferencia.

Microondas de Convección 28L  
Potencia de microondas: 900W  
Potencia de grill: 1200W  
10 niveles de potencia

**PVPR 149€**



Microondas de Convección 28L  
Potencia de microondas: 900W  
Potencia de grill: 1200W  
10 niveles de potencia

**PVPR 149€**



En efecto, la única diferencia es el nombre.

**Ahora WINIADAEWOO presenta WINIA.**

El resto sigue siendo exactamente igual: Electrodomésticos con inmejorables prestaciones, productos únicos con innovadores diseños y calidad contrastada a un precio muy competitivo y, lo más importante, seguimos contando con tu confianza y la del consumidor.



winia.es

MAKE IT EASY  
**WINIA**



## ON

■ Según un estudio realizado por IPSOS para Samsung Electronics sobre los hábitos de los españoles durante el confinamiento y las perspectivas de futuro, el 36% de los encuestados puso en práctica la modalidad del teletrabajo. La opción ha sido muy positivamente valorada, por las ventajas que supone en términos de ahorro de tiempo y costes, además de en lo tocante a la conciliación de la vida laboral familiar. Asimismo, el 45% de los españoles consultados considera que, gracias al teletrabajo resultó más productivo desde casa durante la cuarentena. Sin embargo, no todo es positivo: para un tercio de los casos, trabajar desde casa puede conllevar la pérdida de contacto personal con otros compañeros y clientes, lo que puede afectar negativamente a la productividad y a la motivación. Y tú, ¿qué opinas?

## OFF

■ Durante la pandemia, el consumo se ha reducido drásticamente, lo que ha generado un gran impacto económico a todos los niveles. Según el INE, el comercio minorista registró un descenso histórico de su facturación del 14,3% en marzo respecto al mismo mes de 2019.

En este contexto y para incentivar el consumo y la recuperación de la economía, en los sectores más afectados, nace la iniciativa #Reivindicaelcambio que anima a reflexionar sobre los cambios que estamos viviendo y reivindica la recuperación de aquellos hábitos y costumbres, como el dinero en efectivo, parte fundamental para el desarrollo de comercios, tiendas, bares y restaurantes. Así, la campaña reivindica el valor del *cash* para éstos y anima a consumir en las tiendas y comercios de proximidad. La campaña está impulsada por APROSER, la Asociación Profesional de Compañías Privadas de Servicios de Seguridad.



# SOGO®

Human Technology

## COMPLETA TU COCINA CON NUESTROS NUEVOS PRODUCTOS

APERTURA 180°



HORNO DE PIZZA  
Y BARBACOA

SS-10125



CREPERA ELÉCTRICA

SS-7187



SANDWICHERA Y PANINI  
PRESS GRILL



SS-7127

APERTURA 180°





## BBQ Lono Mastergrill

WMF presenta la nueva parrilla barbacoa Lono Mastergrill, equipada con cubierta de Cromargan. Se puede utilizar tanto en interiores como en exteriores. Su área de cocción está dividida en dos placas separadas, cuya temperatura puede ajustarse de manera independiente. El producto cuenta con una potencia de 2.400 W que le permiten garantizar resultados perfectos. Asimismo dispone de protección contra salpicaduras y viento extraíble que facilita su uso en el exterior.

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

## Cepillo de vapor Access Steam Pocket de Rowenta

El nuevo cepillo de vapor plegable Access Steam Pocket de Rowenta es ideal para llevarlo de viaje, dadas sus reducidas dimensiones. Gracias a su acción de vapor sobre la ropa, elimina arrugas y bacterias de la misma.

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



## Caja esterilizadora UV de Sandberg

Sandberg, una de las marcas de EET Europarts, presenta sus nuevas cajas de LED UV capaces de destruir el 99% de los gérmenes y bacterias de los dispositivos móviles y otros objetos. Estas cajas esterilizadoras ultravioleta actúan sobre las bacterias destruyéndolas. Además de desinfectar los dispositivos móviles y otros objetos, como llaves, gafas, auriculares... las cajas LED UV de Sandberg también permiten cargar el teléfono móvil de forma inalámbrica, usando el cargador compatible con Qi, que se encuentra integrado en la tapa.

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



## Haverland Pure Air Box

De la marca Haverland es Pure Air Box, un dispositivo compacto y sorprendentemente potente, capaz de eliminar virus, bacterias y gérmenes del aire y de las superficies con un 99,99% de eficacia. Pure Air Box ioniza, desodoriza, desinfecta y oxigena el espacio donde se utiliza, sin usar ozono, logrando disminuir la contaminación ambiental, favoreciendo la salubridad en lugares cerrados y aportando el mejor cuidado y calidad de aire interior, tan importante en el contexto actual. Está diseñado para desinfectar y purificar cualquier espacio (viviendas, oficinas, tiendas, bares, hoteles, instalaciones deportivas, hospitales, etc.), de forma continua, durante 24 horas, los 7 días de la semana. Para ello combina la tecnología PCO con la oxidación e ionización fotocatalítica.

[www.haverland.com/pureairbox/](http://www.haverland.com/pureairbox/)



## Cerrojo electrónico wBolt

La compañía española Watchman Door, especializada en soluciones de control de accesos, propone el cerrojo electrónico wBolt, que se puede cerrar cuando salimos de casa desde el smartphone a través de una app. Se trata de un cerrojo invisible, que nadie sabrá dónde está instalado y, además, es compatible con cualquier puerta del mercado. La app permite enviar invitaciones de acceso a nuestros contactos, pudiendo establecer diferentes intervalos de fechas o franjas horarias. Todos los registros de actividad quedan reflejados

en la app. De este modo, wBolt permite un control absoluto de las entradas y salidas en una propiedad. wBolt funciona con baterías AA y su consumo es muy reducido, asegurando una durabilidad de un año con un uso normal. Como cualquier cerrojo, actúa de forma independiente de la cerradura principal.

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

## Masajeador Woxter Fit Care

Woxter Fit Care es un masajeador de mano con control de temperatura, que ayuda a mejorar el flujo sanguíneo y linfático, además de a reducir la acumulación de ácido láctico. Cuenta con seis cabezales intercambiables, cinco de ellos, adaptables a diferentes partes del cuerpo. El sexto es un cabezal especial para aplicar calor.

[www.woxter.es/esp/es/](http://www.woxter.es/esp/es/)





# Eduardo del Amo

## Director General

### Winiadaewoo Electronics Iberia, SAU

La compra de los activos de Daewoo Electronics por la también compañía surcoreana Winia Group ha dado lugar a la transformación de la marca Daewoo en Winia. Hablamos de ello con el principal responsable de la compañía en nuestro país.

■ **El cambio de Daewoo a Winia, ¿se debe a que no era posible mantener la marca Daewoo por los acuerdos de compra, o porque se busca potenciar la marca Winia?**

Claramente se quiere potenciar el conocimiento de la marca Winia por parte del público español. Entendemos que un cambio de nombre de una marca necesita su tiempo para asentarse, pero hace ya meses que estamos trabajando en ello, incluso a pesar de la situación de pandemia. Hemos tenido que cambiar muchos encuentros personales por un formato digital, pero nos hemos adaptado como el resto de las empresas españolas.

**¿En cuánto tiempo y tras cuánta inversión creen que Winia estará al nivel de reconocimiento de marca que Daewoo? ¿Qué acciones hay previstas para ello?**

Es lógico pensar que necesitaremos tiempo para que Winia llegue al nivel de conocimiento de Daewoo. Para ello, como comentaba antes, ya hace meses que trabajamos el tema. Una de las patas de la planificación sois los medios especializados en electrónica de consumo como Sonitrón. Otra de ellas es la publicidad y, otra muy importante para nosotros, es mantener la confianza con los grupos de compras. Por las conversaciones que hemos tenido, esa confianza se encuentra en un gran momento. Respecto a las acciones, algunas ya se han visto en algunos medios y otras irán llegando en las próximas semanas.

**¿Cómo afecta la entrada de Winia en escena, en cuanto al posicionamiento y al precio de los productos?**

El posicionamiento creo que es claro. Winia tiene la mejor relación calidad-precio para un público mayoritario y los precios reflejarán esa lógica.

**¿Qué más cambia con la entrada de Winia? ¿Dónde se producirán los productos a partir de ahora y cómo será el suministro para el mercado español? ¿Cambia en algo el grado de servicio?**

Un cambio de marca ya es un camino lo suficientemente complicado como para hacer más cambios que puedan

“Winia confía en Barcelona como su sede de operaciones para España y Portugal, y estamos muy orgullosos de ello”.

despistar al cliente. Winia confía en Barcelona como su sede de operaciones para España y Portugal, y estamos muy orgullosos de ello. Nuestro equipo tiene más de 25 años de experiencia y conoce al detalle el territorio español y portugués y Winia ha tenido claro que no quería perder ese valor añadido. La producción y la distribución de los productos Winia seguirá los canales que han funcionado, y muy bien, durante estos años. Poco a poco, irán introduciéndose cambios en distintas áreas y, seguramente, una de las primeras sea la entrada de nuevos productos en el mercado.

**A nivel de la estructura empresarial en nuestro país, ¿Reforzarán el equipo para dar a conocer la nueva marca?**

De entrada, contamos con la ayuda de dos agencias muy interesantes del territorio que nos guían en distintas áreas, como la relación con los medios o la publicidad. Además de eso, analizaremos resultados periódicamente para tomar las mejores decisiones y ello significa que si tenemos que incrementar el equipo lo haremos.

**¿Qué feedback están recibiendo del cambio por parte de la distribución? ¿Y por parte de los usuarios, tienen algún dato?**

Por parte del cliente, en España aún no tenemos feedback, porque ahora es cuando empezarán a verse los productos Winia, pero por parte de la distribución es muy bueno. Piensa que llevamos más de 25 años trabajando juntos y eso es un gran depósito de confianza, creado a base de colaborar. Por ahora, estamos muy contentos con lo que estamos viendo.



**¿Se plantean ampliar la distribución del producto en España con la presencia en nuevos canales y/o operadores?**

Como he comentado antes, tenemos todas las posibilidades encima de la mesa y si hay que llevarlas a cabo, lo haremos. Y además de ampliar el equipo, también existe la opción de ampliar canales de distribución o incorporar nuevos operadores.

**Winia hace gala de un aspecto muy importante actualmente: la sostenibilidad. ¿Puede explicar cómo se concreta?**

En este sentido, la gama de productos Winia está concebida para ofrecer consumos energéticos eficientes, tal como se muestra en las propias etiquetas energéticas de los aparatos, y por tanto contribuyendo a una menor emisión de CO<sub>2</sub>.

Por otro lado, los frigoríficos Winia están libres de (CFC), uno de los componentes más dañinos para la capa de ozono.

**De cara a finales de año han manifestado la idea de poner en el mercado un centenar de productos de cuatro categorías. ¿Puede destacar las características generales de los mismos?**

En principio, la gama actual de producto Winia ya dispone

de una variedad amplia de modelos en cuanto a frío, lavado, lavavajillas, secadoras, microondas, etc. La idea es complementar la gama con aparatos de fabricación propia como purificadores de aire, humidificadores, equipos de aire acondicionado (especialmente útiles para mitigar impurezas, bacterias, etc. en estos momentos de pandemia virológica) y otros con el objetivo de reforzar y ampliar la oferta de productos Winia en el mercado a corto plazo.

**Han apuntado también la posibilidad de entrar en el segmento de producto de climatización. ¿De qué depende que lleguen a España los aires acondicionados de la marca? ¿Y para cuándo estaría prevista dicha llegada?**

¡Por supuesto! Hay segmentos de productos muy interesantes como la climatización, y es una de las categorías que estamos trabajando para que lleguen al mercado español.

También es cierto que la pandemia ha cambiado el calendario previsto, así que ahora es más complicado dar fechas concretas, pero el objetivo es poder avanzar con estos nuevos segmentos de producto Winia dentro del primer y segundo trimestre de 2021.



La tecnología que respiras

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



## La tecnología que respiras

Desde aquí arriba se ve cómo llevas años cuidando de tu familia, y cómo te preocupas por su vida y su bienestar.

En Daikin queremos que respiren el mejor aire interior, porque un aire más limpio te ayuda a mejorar tu salud, tu rendimiento día a día y te asegura una mayor calidad de vida.

Por eso, desde aquí vemos cómo, con solo apretar un botón, puedes reducir la contaminación del aire de tu hogar gracias a la tecnología de Daikin.



### **Tecnología Flash Streamer:**

Mejora la calidad del aire del ambiente, creando así un mayor confort y un perfecto clima interior.



### **Filtro de Apatito de Titanio:**

Etapa de filtrado adicional orientada a la reducción de los malos olores.



### **Tecnología de humectación:**

Se aporta al ambiente humedad para aumentar la sensación de bienestar.



### **Filtro autolimpiable:**

La limpieza de filtro se hace automáticamente para permitir que el paso de aire se realice por una superficie libre de impurezas.

Algo esencial para tu familia, hoy y siempre.





# Manuel Royo

## Director de Marketing

### Grundig Iberia

Cuando se cumple el 75 aniversario de su nacimiento, la marca Grundig se halla inmersa en un proceso de regeneración para ampliar su radio de acción. Hablamos con su responsable de marketing para España y Portugal, Manuel Royo.

■ **La marca Grundig es una vieja conocida del mercado español. ¿Cómo está siendo su proyección en los últimos años? ¿Qué comportamiento registró durante 2019 y qué previsiones hay para 2020?**

Grundig es una marca en continua evolución, con una amplia propuesta de valor añadido que la convierte en el fabricante europeo capaz de ofrecer todas las gamas de productos necesarias para el hogar a sus potenciales consumidores. Este año 2020 se conmemoran los 75 años de historia de esta marca europea, con nuevas soluciones y tecnologías innovadoras tanto en electrónica de consumo como en electrodomésticos.

A pesar de estar en unas circunstancias excepcionales por el Covid-19, el crecimiento y consolidación de la marca en España sigue siendo muy sólido, con una apuesta clara para recuperar su reconocimiento referente en el sector.

**¿Cómo definiría a Grundig en cuanto a concepto, posicionamiento, tipo de público al que se dirige y relación con la distribución electro?**

La marca Grundig está inmersa en un proceso de regeneración que empieza a calar no sólo en su público fiel, sino en un nuevo grupo de usuarios que busca, más allá del producto, un conjunto de valores y propósito en las marcas, acorde con su forma de pensar e interpretar la vida.

Grundig mantiene sus pilares principales de calidad consistente, innovación tecnológica y diseño atemporal. Pero, especialmente ahora, con un compromiso muy claro con el planeta. Apoyando la sostenibilidad y el respeto medioambiental desde el diseño, con elementos reciclados en sus productos. Y mediante iniciativas de apoyo en la lucha contra el desperdicio de alimentos, con su proyecto Respect Food. Todo, con la fuerte convicción de que sus tecnologías deben luchar contra el cambio climático, reduciendo consumos y gastos innecesarios, mientras ayudan a los usuarios a disfrutar del mejor hogar posible. Este firme posicionamiento, con propuestas claras en to-

das nuestras gamas de producto, hace que la distribución comparta estos principios y valore la apuesta de la marca también por ellos.

**Las marcas del grupo Arçelik suelen tener detrás algo más que producto. Sus acciones de responsabilidad social corporativa y valores son conocidas. ¿En qué líneas trabaja Grundig dentro y fuera de España?**

El posicionamiento de Grundig, como he dicho, está estrechamente ligado a su propósito y valores de marca, con una clara apuesta por su iniciativa Respect Food, en la lucha contra el malgasto de alimentos. Esta iniciativa se desarrolla desde hace más de tres años a nivel internacional y local, con diferentes acciones, fomentando el consumo responsable, especialmente en los países más desarrollados, y que, lamentablemente, son los que más derrochan.

Pero esta apuesta de responsabilidad social se amplía en toda la cadena de valor de la marca, fomentando y diseñando productos y tecnologías sostenibles y responsables con el medio ambiente. En esta línea, destacamos múltiples desarrollos de productos que incorporan materiales reciclados y procedentes de diversas iniciativas de lucha contra el cambio climático, como las lavadoras con cubas a partir de botellas PET recicladas, o los hornos con materiales de las redes de pesca abandonadas en los mares.

La apuesta por tecnologías que permitan mantener ciclos de vida de hasta 30 días para los alimentos frescos, como frutas y verduras, gracias a la tecnología Full Fresh+ de nuestros frigoríficos también es una apuesta tecnológica eco-responsable.

**Grundig fabrica desde PAE a gama blanca, pasando por electrónica de consumo. ¿Cómo están funcionando cada una de ellas a nivel nacional?**

El origen de Grundig y su mayor reconocimiento ha venido de sus productos de electrónica de consumo, con una propuesta sólida e innovadora durante toda su historia.

Aquí podemos encontrar toda una gama de televisores de última generación, con las mejores prestaciones en imagen y sonido, y que incluyen el nuevo entretenimiento de los TV Smart, con aplicaciones en función de nuestros gustos, como video streaming, noticias, Youtube... A ello hay que añadir su amplio surtido de audio, reconocido por su sonido de calidad exquisita.

Pero Grundig quiere ser el mejor proveedor global europeo, con propuestas en todas las categorías de electrodomésticos y en PAE de Cuidado Personal, proponiendo un catálogo completo con tecnologías exclusivas y soluciones para todas las futuras necesidades de los consumidores. Un amplio catálogo accesible en la web [www.grundig.com](http://www.grundig.com), donde se destacan no solo los productos, sino sus tecnologías y beneficios aportados.

**Los productos de gama blanca de Grundig han sido los últimos en llegar a nuestro mercado. ¿Cómo está siendo su comportamiento?**

Las destacadas tecnologías y cuidado diseño de nuestros productos de gama blanca están calando en los consumidores que buscan un plus, ya que nuestro surtido destaca por su consistencia, tecnologías con claros beneficios para el usuario y una propuesta trabajada conjuntamente con nuestros distribuidores para darla a conocer y facilitar el acceso a los potenciales consumidores tanto a nivel digital como en los puntos de venta.

**La gama marrón es la abanderada de la marca Grundig. ¿Cuáles son las últimas novedades de producto?**

Estamos inmersos en el lanzamiento de una nueva generación de gamas de TV, donde junto a la apuesta por productos de calidad absoluta, con tecnologías que ofrecen una imagen de ultra alta definición y sonido excelente, incluyen nuevos procesadores que permiten ofrecer una experiencia de entretenimiento smart inmejorable. Ello se traduce en acceso a múltiples plataformas de una manera fácil, rápida e intuitiva. Unas gamas de TV UHD

disponibles desde 43" hasta 65", que llegan al mercado en septiembre, apoyadas con un plan de marketing y comunicación para que los consumidores descubran la TV del mañana.

**¿Cómo sigue Grundig las últimas tendencias en el diseño y prestaciones de televisores?**

Nuestros equipos de I+D repartidos por todo el mundo están en continua observación de las tendencias de los consumidores, del desarrollo de nuevas tecnologías, y de todo aquello que surge o se precisa para hacer que nuestro hogar sea el mejor entorno para disfrutar. En ese afán, desarrollamos nuestros productos para el deleite de nuestros usuarios, siempre comprometidos con nuestra filosofía de marca.

**El mercado de electrónica de consumo, si bien en los últimos tiempos ha sufrido la desaparición o la pérdida de fuerza de muchas de las marcas clásicas, sigue estando saturado. ¿En qué destaca Grundig?**

La polarización del mercado de electrónica de consumo ha producido en los últimos años, una dinámica de consumo donde el consumidor y el distribuidor apuestan por un abanico de marcas muy reducido, donde prima una oferta continua y poco rentable.

Un mercado sostenible precisa de oferta diversa, con propuestas diferenciadas y con soluciones para todas las necesidades del consumidor, apoyando el desarrollo del negocio del distribuidor.

En este sentido, la apuesta de Grundig se basa en ofrecer el mejor surtido de productos, con tecnologías y prestaciones diferenciales a un precio altamente atractivo para el consumidor final, apoyando el desarrollo sostenible del negocio de nuestros distribuidores. Y, siempre, ofreciendo soluciones que refuercen nuestra filosofía de responsabilidad con el planeta y nuestro compromiso en la lucha contra el cambio climático.



# La **digitalización** en el punto de venta: Covid-19, tendencias e iniciativas

Además de las secuelas en forma de crisis económica, la pandemia del Covid-19 nos ha traído otra consecuencia más positiva. Y es que los retailers han comenzado a concienciarse de que la digitalización empieza a ser urgente.



■ El confinamiento de los ciudadanos y el cierre de establecimientos, al principio, y la limitación de movimientos, después, ha obligado a cambiar el funcionamiento de diferentes modelos de negocio. Y, por ejemplo, el sector retail ha tenido que acelerar su proceso de digitalización para poder enfrentarse al escenario postCovid-19.

## Tendencias

Así, nuevos conceptos y formas de negocio están apareciendo, impulsados por los cambios sociales que se producen. Por ejemplo, la vía online se ha convertido en el principal método de compra durante el confinamiento y

la adaptación a estos nuevos modos puede determinar la supervivencia (o no) de los negocios. Según un reciente estudio de la consultora Nielsen, durante el periodo en que los españoles tuvieron que permanecer en sus casas, esta opción de compra aumentó sus ventas en un 75%. Esto hizo crecer a aquellas empresas que supieron digitalizarse e incorporar en su web la posibilidad de reservar, pedir y ofrecer asistencia técnica a través de Internet. Otro dato que destaca es que el 11,5% de los compradores hicieron su primera compra online durante el confinamiento, con lo que probablemente para ellos el comercio online haya venido para quedarse, ya que han superado el miedo a las operaciones de adquisición de productos no presenciales, y probablemente ya han visto sus ventajas.

Muchas de estas transacciones se realizan, además, desde dispositivos móviles. Tal como afirma un estudio de la

Confederación Española de Comercio citado por Verse, entidad que facilita los pagos por móvil, el 38% de los comercios no cuenta ni con web ni con redes sociales; el 12% sólo dispone de tienda online, y el 36,3% únicamente de perfil activo en redes, mientras los establecimientos con presencia web y social representan el 13,8%. Esta escasa digitalización contribuyó a que los dispositivos móviles se convirtieran en los grandes aliados de muchos pequeños comercios, tanto en el confinamiento como en la desescalada, con numerosas iniciativas destinadas a facilitar las operaciones de venta online. Por ejemplo, aplicaciones de mensajería, como WhatsApp, se utilizaron como canal de atención al cliente, para gestionar compras, citas previas y otros trámites. Y, asimismo, se emplearon aplicaciones para el pago por dispositivos móviles, como la ya aludida Verse: estos dos tipos de plataformas se han utilizado para reactivar el 72,5% de los negocios. Los usuarios



icp

# LOGÍSTICA Y SERVICIO POSVENTA

ESPECIALIZADOS EN  
ELECTRÓNICA DE CONSUMO  
Y GAMA BLANCA

comercial@icp.es  
www.icp.es



perciben el pago por móvil como seguro frente a las actuales circunstancias, así como la tecnología contactless, y esto ha provocado un aumento en el uso de aplicaciones de este tipo. Así, desde Verse afirman que el mes de mayo los registros en la app crecieron un 300%.

Por otra parte, un nuevo estudio mundial publicado por Fujitsu y realizado por la consultora DataDriven a más de 197 responsables de la toma de decisiones TIC en empresas de retail, revela que más de dos tercios de los retailers en nueve países consideran que la digitalización es esencial para su negocio, y sólo el 7% está en desacuerdo. Los resultados confirman que una gran parte de los proyectos de digitalización están ya muy avanzados en la mayoría de las compañías. Asimismo, los comercios están introduciendo cada vez más ventas online: más de un tercio (34%) ofrece ahora ya la mayoría de sus productos y servicios de esta manera. Muchos, asimismo, operan bajo un modelo híbrido online y físico que se basa en iniciativas como *Comprar Online, Recoger en la Tienda* (BOPIS, de sus siglas en inglés). El informe también identifica otras opciones de digitalización como la nube, que es un componente cada vez más importante en el retail.

Asimismo, un informe interno de BeeDIGITAL, empresa de soluciones de marketing digital para pymes y autónomos, afirma que, si bien está muy claro que la pandemia ha incrementado tanto la demanda de servicios digitales por parte de los usuarios, como la necesidad del retail de emprender el proceso de digitalización, en España, apenas un 16,7% de los negocios de retail cuenta con un servicio de eCommerce, lo que supone una clara desventaja para prosperar en el escenario actual. En ese aspecto, a duras penas, un 13,6% del sector alcanza la digitalización planteada como estrategia. Sin embargo, actualmente, el 67,4% de los negocios de retail en España dispone de canales de redes sociales, lo que significa que la parte comunicativa se está cubriendo; mientras, un 34,1% de las empresas del sector disponen de página web. En este punto, no sólo es básico que los negocios estén presentes en Internet, si no que sus páginas web estén posicionadas y los datos de sus negocios actualizados, pues solamente así tendrán más oportunidades de llegar a su público objetivo y posicionarse frente a la competencia. Además, las empresas de retail tienen la opción de incorporar funcionalidades de venta online a través de su página web, lo que les permitirá presentar su oferta de manera más personalizada y favorecer la compra directa.

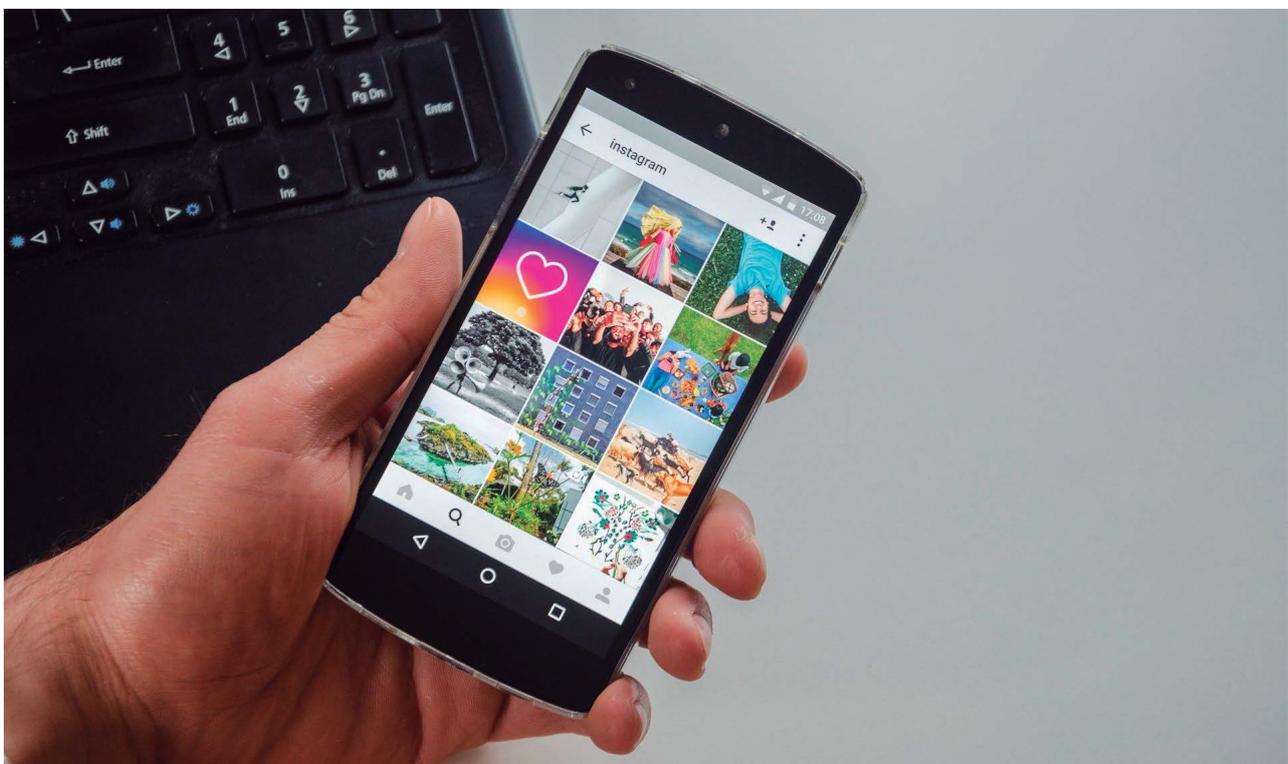
También Moinsa, proveedor de equipamiento comercial para el retail, ofrece algunas claves para que los comercios se adapten a esta crisis. Entre ellas, destaca la necesidad de un eCommerce propio para cada empresa del sector, el refuerzo de la entrega a domicilio, la instalación de armarios Click&Collect, y la necesidad de optimizar los almacenes para este cambio de modelo. Sin olvidar, desde luego, las medidas de seguridad e higiene.

## Inteligencia artificial

La IA, como también aparece en el informe de Fujitsu es cada vez más importante en el comercio minorista, ya que dos tercios (69%) la consideran una oportunidad y un número ligeramente menor (66%) cree además que dará lugar a una mejor calidad de vida y permitirá la creación de nuevos puestos de trabajo. Aunque las tecnologías asociadas al Internet de las cosas tienen muchas aplicaciones en el retail, su adopción es todavía baja, pero es importante señalar que el 69% piensa que esta tecnología acabará revolucionando el comercio.

Y es que la Inteligencia Artificial multiplica las ventas y mejora la experiencia del cliente en el canal online. Desde AIS Group, compañía española especializada en la aplicación de la inteligencia artificial para la mejora de procesos de las áreas de marketing y ventas de las empresas, revelan que las técnicas de inteligencia artificial destacan porque son capaces de manejar grandes volúmenes de datos, detectan relaciones entre variables que un humano difícilmente podría percibir y tienen un altísimo poder de predicción. Así, cada transacción va acompañada de gran cantidad de información asociada al comprador, de enorme utilidad para las empresas en un momento en el que la democratización de la inteligencia artificial (IA), permite extraer los mejores frutos de ese Big Data y traducirlos en oportunidades.

La IA permite obtener el máximo partido del canal digital y del eCommerce en general. Se puede aplicar a todos, porque incide directamente en la inteligencia de cliente y la experiencia de usuario. Además, la IA también puede beneficiar y mucho a otros procesos del canal digital como el control de stocks o la logística. En AIS Group destacan





los 10 aspectos donde mayor impacto puede generar la aplicación de la IA para mejorar los resultados de ventas y la experiencia de cliente: Customer Intelligence / Inteligencia de cliente (conocer al cliente permite elaborar las mejores estrategias de marketing, y la IA puede contribuir a dar valor a estos datos recogidos). Cross selling o venta cruzada, modelos de propensión de compra en función del perfil; personalización de ofertas y optimización de campañas; mejora en las recomendaciones; modelos Next Best Action, que recomiendan la mejor acción a realizar con cada cliente en cada momento y en función del objetivo a conseguir; previsión de la demanda, y gestión de stocks. Por último, en cuanto a un elemento fundamental de la venta a través del canal digital, la logística, la inteligencia artificial permite optimizar aspectos como las rutas a seguir, el modo de carga de los vehículos, la gestión de la flota de reparto o el orden de entrega.

## Iniciativas

En este contexto, algunas empresas han implementado iniciativas para ayudar al comercio a adecuarse a los nuevos tiempos, en el convencimiento de que, a pesar de que se aprecia la importancia de la digitalización, existen diferentes obstáculos (económicos, de formación...) para ponerla en marcha. Fujitsu, por ejemplo, cree en capacitar

a los retailers para diseñar su futura transformación digital. Así, el Programa de Cocreación de la multinacional les ofrece, como su nombre indica, sesiones de cocreación de ritmo rápido, dirigidas por profesionales capacitados, que proporcionan, según afirma la compañía, el tiempo, el espacio y el poder para dar forma a su transformación digital, en función de un claro propósito comercial futuro. Impartidas de forma virtual, estas sesiones abarcan varias zonas horarias, y van dirigidas a una gran diversidad de los participantes, a quienes sólo se les demanda compromiso, disponibilidad de tiempo, y una mentalidad impulsada por la digitalización.

Amazon, por su parte, anunció recientemente el lanzamiento de *Despega*, un amplio programa formativo y de asesoría sobre comercio online, financiación, exportaciones, entre otros temas, que cuenta con la colaboración de IE University, ICEX España Exportación e Inversiones, CEPYME y AECOC. El objetivo es impulsar el crecimiento y la digitalización de más de 50.000 pymes españolas tras la pandemia, un 96% de las cuales cree que la crisis está afectando a sus negocios. Según Amazon, en la actualidad, solamente el 19% de las pymes españolas venden a través de Internet y muchas de ellas afirman que la falta de conocimientos y de formación, así como la necesidad de una inversión inicial, son los principales obstáculos

que les impiden comenzar y tener éxito en la venta online. Así, *Despega* ofrecerá recursos de aprendizaje a distancia y asesoría empresarial para emprendedores que quieran diseñar su idea de negocio, y a pequeñas empresas interesadas en iniciar o impulsar sus ventas online en España e internacionalmente. Los participantes se beneficiarán, entre otros recursos, de los siguientes: un centro de formación online diseñado conjuntamente con IE University que incluirá una serie de módulos y cursos de formación gratuitos para empresas con experiencia y sin experiencia en comercio digital; un curso intensivo virtual sobre venta online, en el que podrán participar 500 startups y pymes, de una semana de duración; seminarios web en directo organizados en colaboración con ICEX, CEPYME y AECOC para introducir a las empresas en el mundo de la venta y la exportación online; asesoría, a través del programa de crecimiento para pequeñas empresas, CRECEPYME; y descuentos para usar su red logística a aquellas empresas que empiezan a vender en Amazon Marketplace por primera vez.

También, y con el objetivo de facilitar la incorporación de Internet a las estrategias comerciales de las Pymes, desde la empresa citada anteriormente, BeeDIGITAL, se han lanzado dos nuevos servicios: BeeDIGITAL Webshop y BeeDIGITAL eCommerce, que consiguen, según la compañía, que este proceso sea más asequible y fácil de lo que los retailers perciben.

Y también, dado que el eCommerce y los servicios de cloud han visto incrementado su uso exponencialmente en los últimos meses, Making Science, empresa especializada en soluciones integrales de marketing y tecnología para el negocio digital, adquirió este julio la empresa Cloudforms para complementar su cartera de servicios tecnológicos cloud que aportan soluciones a las necesidades del gran número de empresas que se han visto obligadas a adelantar su transformación digital y, asimismo, anunció la apertura de nuevas oficinas en Valencia a partir de septiembre de



2020. Making Science ofrece servicios de consultoría que dan respuesta a necesidades de las empresas en el ámbito del Big Data aplicado al marketing. Igualmente, ponen a disposición de sus clientes servicios de eCommerce y Mar-tech, a través de plataformas desarrolladas in-house como NILO y Gauss AI, respectivamente, así como consultoría en business intelligence, ciberseguridad, infraestructuras TIC y transformación digital. De la misma manera, suministran servicios de Adtech, a través de Google Marketing Platform.

Para acabar, es interesante citar el ejemplo de la nueva tienda en Madrid de una conocida multinacional de la distribución de mobiliario, decoración y electrodomésticos. Se trata de Ikea Goya 2.0 (foto en esta página), con soluciones digitales que mejoran la experiencia de compra, servicios de planificación y asesoramiento ampliados, y Click&Collect.

[www.moinsa.es/start.do](http://www.moinsa.es/start.do)

[www.verse.me/es](http://www.verse.me/es)

[www.fujitsu.com/global/solutions/industry/retail/](http://www.fujitsu.com/global/solutions/industry/retail/)

[www.ais-int.com/](http://www.ais-int.com/)

[www.amazon.es/despega](http://www.amazon.es/despega)

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

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

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

## Hisense, patrocinador oficial del París Saint-Germain

Hisense ha anunciado que será patrocinador oficial del equipo de fútbol París Saint-Germain. Además, en su nuevo televisor U70F, la marca ha colaborado con la UEFA para crear la mejor pantalla diseñada específicamente para amantes del fútbol.

## Las ventas de televisores crecieron un 6,4% en la primera mitad de 2020

Según LG, el confinamiento de los españoles ha podido influir en el incremento de las ventas de televisores en la primera mitad del año. Así, en el primer semestre de 2020, crecieron un 6,4% interanual, con lo que se vendieron en nuestro país 1.517.870 aparatos de TV.

## LG PuriCare, purificador de aire portátil con aspecto de mascarilla

El nuevo PuriCare Wearable Air Purifier, con formato de mascarilla ergonómica, lleva dos filtros H13 HEPA, reemplazables, y avisa al smartphone conectado al dispositivo si pierden efectividad. Incorpora también dos ventiladores inteligentes con sensor respiratorio.

## Nueva Mi Store de Xiaomi en Valladolid

El pasado viernes 21 de agosto, Xiaomi inauguró su tienda 52 en España, en el paseo de Zorilla de Valladolid, en el centro comercial Vallsur. Son ya 110 las tiendas de la marca en Europa, y España cuenta con la mayor representación fuera de China de la compañía, que sigue ampliando su red de distribución en nuestro país.

## Jata renueva su imagen corporativa

Jata presenta la que será su nueva imagen corporativa, partiendo de un diseño de logo más sencillo y legible que el anterior, con una tipografía más redondeada. Se trata de una declaración de intenciones simbólica que inaugura la nueva etapa de la marca, sin dejar de lado su carácter familiar y cercano.

## Wiko F100: móvil por menos de 15 euros

El F100 es fácil de usar y ofrece buena visibilidad para leer o realizar llamadas. Una batería de 800 mAh, para todo un día de funcionamiento, radio FM o linterna son otras de sus características. Wiko pone así su punto de mira en seniors no habituados a la tecnología, o personas con vocación de estar desconectadas.

## Barcelona se plantea aplicar la Tasa Amazon

El Ayuntamiento de Barcelona estudia imponer un impuesto a grandes empresas de eCommerce que obtienen beneficios en la ciudad pero no tributan, con énfasis en las plataformas virtuales cuyos negocios tienen impacto en la Ciudad Condal, como Amazon.

## Garmin cae un 9% en ventas en el segundo trimestre de 2020

Garmin registró una facturación de 870 millones de dólares en el segundo trimestre de 2020 el 9% menos que hace un año. Sin embargo, la compañía se ha mostrado satisfecha, teniendo en cuenta la crisis del Covid-19.

## Nuevos programas de lavado específicos para mascarillas, de Candy

Los nuevos programas *Desinfección de Mascarillas* (110 minutos a 60°C) y *Limpieza de Mascarillas* (45 minutos a 40°C), están ya disponibles a través de la App simply-Fi de Candy. Son válidos para las lavadoras y lavasecadoras de las gamas RapidO', SmartPro y Bianca. De esta manera, los nuevos ciclos permiten lavar y desinfectar las mascarillas protectoras, de forma eficaz y automatizada, sin estar pendiente de la temperatura, el tiempo, o la cantidad de detergente. Para poder utilizarlos, es necesario actualizar la App Candy simply-Fi, acceder a los programas de la sección *Salud e Higiene*, y seleccionarlos. Su eficacia está garantizada por las pruebas realizadas en los laboratorios de Haier Europe junto con asociaciones internacionales independientes.

## El nuevo consumidor postcoronavirus, más digitalizado

Según expertos de la UOC, el nuevo consumidor postcoronavirus mantendrá el hábito de comprar online, estará atento a promociones, preferirá el comercio local y pagará con tarjeta. Y es que durante el pasado mes de abril, en España, el eCommerce alcanzó un promedio de un 40% más de compradores que en 2019. Cabe destacar que el confinamiento obligó a los mayores de 55 años, un segmento poco familiarizado con este tipo de consumo, a sumergirse en la venta online. Y como afirma Neus Soler, profesora colaboradora de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, probablemente este consumidor sénior continuará comprando por Internet, porque ha perdido el miedo y la desconfianza anteriores y ha comprobado la comodidad que representa.

## IDC pronostica una caída del 10% del mercado global de smartphones en 2020

La consultora IDC calcula que el mercado mundial de smartphones en 2020 disminuirá un 9,5% interanual, con unas ventas globales de 1.200 millones de unidades. Aunque el segundo trimestre de 2020, el más afectado por la pandemia, registró cifras ligeramente mejores de lo esperado, el mercado venía arrastrando un agotamiento cifrado en un descenso interanual del 17%, afectado por diversas preocupaciones económicas. La nota positiva es que IDC espera una recuperación para 2022, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 1,7% para los cinco años siguientes. La consultora cifra como principal motor de ese crecimiento el hecho de que los smartphones constituirán la plataforma informática preferida por la mayor parte del mundo.

## Scooter eléctrico de SmartGyro para personas con movilidad reducida

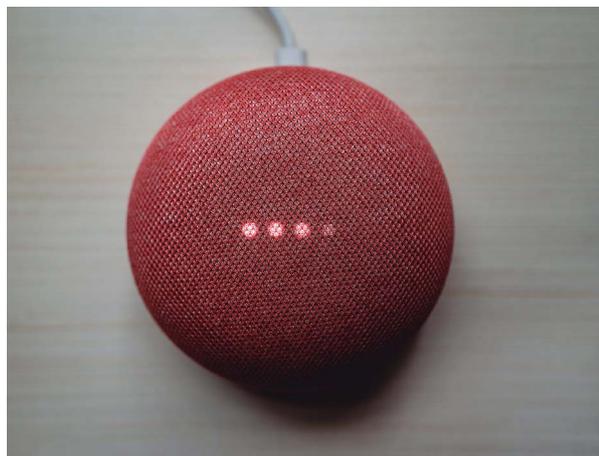
El nuevo smartGyro Avanza M10 es un vehículo eléctrico para el ámbito urbano diseñado específicamente para personas con movilidad reducida. Por este motivo, cuenta con un asiento, así como cuatro ruedas macizas con tecnología antipinchazos. Todos los componentes de este dispositivo están enfocados a facilitar la vida del usuario, al mismo tiempo que buscan ofrecerle un vehículo seguro en el que moverse. Su batería de 20.000 mAh ofrece una autonomía de hasta 28 km, y se puede extraer para sustituirla o cargarla más fácilmente. También, el Avanza M10 equipa un motor de 350 W de potencia, que se traduce en la subida de pendientes de 10 grados de inclinación. La consola, situada en el manillar, incorpora todos los controles necesarios para conducir cómodamente.

# Los electrodomésticos se adaptan a la nueva era **posCovid-19**

En los entornos más difíciles, sólo sobre viven los más fuertes, los que saben adaptarse. En medio de la crisis del coronavirus, el sector electro trata de adaptarse a la nueva realidad. Mostramos algunas de las tendencias de los fabricantes.

---

*Los asistentes por voz ofrecen un potencial enorme para evitar el contacto físico con los equipos.*



■ Los que asistimos cada edición al Mobile World Congress de Barcelona, el principal congreso y salón internacional dedicado a la telefonía móvil, hace años que no vemos grandes novedades por parte de los fabricantes. Los teléfonos móviles siguen siendo esos rectángulos delgados con pantalla de cristal que sirven para hablar por teléfono y mucho más. Y es precisamente en este *mucho más*, don-

---

Con la conectividad y las nuevas tecnologías mejora notablemente la flexibilidad y la capacidad de adaptación de los fabricantes.

de se muestra cada año el poder de la innovación. Es decir, encontramos pocas o ninguna novedad, aparte de la mayor potencia de procesador, batería, y cámaras relacionadas con el hardware y cada vez, más temas interesantes, en el software. Es algo que pasa a nivel de empresas expositoras: las que ofrecen equipos son muchas menos que las que muestran sus servicios, contenidos y aplicaciones.

Pues en el sector electro, que incluye electrodomésticos y electrónica de consumo, podemos aventurarnos a decir que comienza a pasar lo mismo. Así lo hemos visto durante



**BOSCH**

Innovación para tu vida

## Termo eléctrico Bosch Agua caliente

Tronic 4500 T

Capaces de proporcionar **un ahorro de hasta un 54% de energía anual** en comparación a otros modelos. Además, sus 30 cm de profundidad y la instalación reversible, les permite adaptarse a diferentes tipos de instalaciones.



M B

A+ → F



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

www.bosch-climate.es

estas últimas semanas. La vuelta a los hogares, obligada por el confinamiento, ha puesto en valor el disfrute de la cocina, la pasión por el ocio doméstico, y el inevitable mandato divino de con lo que *ganar el pan*: en este caso, con el teletrabajo. En todas estas actividades los electrodomésticos están muy presentes y son muchas las categorías que, a pesar de la crisis económica, han visto aumentar sus ventas.

## Conectividad e IA

La principal feria europea del sector, la IFA de Berlín, también afectada por las limitaciones de movilidad impuestas por el miedo a los contagios, ha tirado de tecnología para amplificar su anormalmente limitada presencia de marcas expositoras y ha mostrado también cómo los fabricantes se están adaptando a la nueva realidad.

Como botón de muestra podemos asegurar que la conectividad se ha convertido en estándar y que operar con nuestros equipos desde el móvil es ya lo más normal del mundo. A ello hay que añadir las funcionalidades de inteligencia artificial que contribuyen a ofrecer a los usuarios experiencias personalizadas a medida, mediante el simple aprendizaje autónomo de los aparatos a partir de los hábitos de uso de los usuarios. El *nova* más viene cuando la innovación no está ya en el aparato sino en las funcionalidades que este es capaz de realizar. Algo que viene de la mano de la actualización del software por parte del fabricante en función de las necesidades del momento, como el lanzamiento de programas de lavado específicos para mascarillas por ejemplo.

El sector, a nivel de producto ha cambiado mucho en los últimos años, y lo hará aún más. En las páginas siguientes ofrecemos algunos de los nuevos productos que marcan la innovación en el sector. Muchos de ellos se presentaron en la pasada edición de la IFA Special Edition 2020.

[www.ifa-berlin.com](http://www.ifa-berlin.com)



Yannick Fierling.

## El caso del Grupo Haier

A raíz de su participación en la IFA Special Edition 2020, pudimos hablar con el principal responsable del Grupo Haier a nivel europeo, Yannick Fierling. Según el directivo los principales efectos del Covid-19 en nuestra industria han sido un aumento en el uso de electrodomésticos y la digitalización, además del crecimiento del comercio electrónico. Por ello, el Grupo Haier se planteó ofrecer a los consumidores características capaces de cuidar su vida en casa. En este sentido, según Fierling: *hemos lanzado en los últimos meses una serie de programas de lavado específicos para mascarillas en nuestra gama de lavado y en la IFA hemos presentado con Hoover, el primer ecosistema de bienestar. Para el CEO de Haier Europe, el Covid-19 obligó a las personas a quedarse en casa, aumentando así el uso de electrodomésticos y dispositivos digitales. Esto -dice- definitivamente ha contribuido a acelerar la tendencia a la digitalización y a cambiar el comportamiento y la atención de los consumidores hacia algunas funciones específicas como las de higiene.*

Y el fabricante ha tomado buena nota: *recopilando datos de los miles de usuarios conectados a nuestros electrodomésticos -explica Yannick Fierling- hemos podido observar y analizar el cambio de comportamiento de los consumidores durante la pandemia. Por ejemplo, asistimos a un aumento del 40% en el uso de lavavajillas y un cambio en los programas seleccionados para las lavadoras. Eso nos ha ayudado a adaptar las mejores soluciones para nuestros consumidores, tanto en términos de oferta de productos como en términos de servicio.*

[www.haier-europe.com](http://www.haier-europe.com)



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

En la IFA 2020, la marca hizo hincapié en su nueva generación de lavavajillas conectados y en todo momento actualizados. Su función varioSpeed-on-demand permite acelerar sus programas de forma remota, aunque ya se estén ejecutando. Además, las actualizaciones permiten a los usuarios personalizar el electrodoméstico en función de las necesidades de cada momento. Y es que, según un estudio sobre "Cocina y hogar después del coronavirus", más de uno de cada tres alemanes (38%) querría electrodomésticos que pudieran adaptarse de manera flexible e individual a sus propias necesidades.



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

Las nuevas lavasecadoras de la serie WT1 de Miele ofrecen capacidades de hasta 9 kg en lavado y 6 en secado. Su opción Single Wash & Dry permite lavar y secar incluso prendas individuales de forma rápida (menos de 1 hora) y respetuosa con el medio ambiente. El estado de la colada se puede seguir a través de la App de Miele o preguntando a Amazon Alexa. Con AddLoad se puede añadir ropa en cualquier momento. Por su parte, CareAssistant permite ampliar a distancia la configuración Anti-arrugas.



**Candy / [www.candy.es](http://www.candy.es)**

Nova, la nueva lavadora conectada sin pantalla, puede conectarse automáticamente a la nueva App hOn, que tiene una interfaz muy rica, diseñada para administrar todas las funciones del producto desde el móvil, o desde los asistentes de voz de Amazon Alexa y Google Home. Nova parte del análisis de las preferencias y hábitos de los usuarios. Así, los usuarios valoran nuevos programas de lavado y aprecian los consejos y sugerencias de las Apps. Nova, con el apoyo de hOn, proporciona una rica lista de más de 60 ciclos de lavado, además de ofrecer la innovadora y exclusiva función Snap&Wash, que recomienda el ciclo de lavado ideal a través de una simple foto de la colada.



**LG / [www.lg.com/es](http://www.lg.com/es)**

LG WashTower combina lavadora y secadora en un único cuerpo. La unidad comparte información entre ambos electrodomésticos y selecciona automáticamente los programas de lavado y secado óptimos. La tecnología de LG consigue mejores resultados y acorta los tiempos totales del ciclo, con programas completos inferiores a 35 minutos. En lugar de paneles de control independientes, tiene una única interfaz intuitiva localizada entre la lavadora y la secadora. Ofrece una carga máxima de 17 kg en la lavadora y 16 kg en la secadora. Su tecnología detecta el peso y suavidad de los tejidos para calcular automáticamente el mejor programa. Su IA reduce los tiempos de lavado y el consumo energético.



### Samsung / [www.samsung.com/es/](http://www.samsung.com/es/)

La tecnología QuickDrive de Samsung permite que la nueva lavadora WW9800T reduzca el tiempo de lavado hasta un 50% y el consumo de energía un 20%. Dotada de inteligencia artificial, la lavadora aprende patrones de comportamiento de los usuarios para recomendarles ciclos de lavado a medida. Su nuevo autodispensador funciona a través de sensores que detectan el peso de la carga y la suciedad, eligiendo la cantidad óptima de agua y detergente. La función Auto Cycle Link comunica la lavadora con la secadora para configurar automáticamente el mejor ciclo de secado. La lavadora puede controlarse desde el móvil gracias a su compatibilidad con SmartThings.



### Haier / [www.haier-europe.com](http://www.haier-europe.com)

La nueva gama de encastre Serie 4 de Haier está equipada con inteligencia artificial (IA). Está compuesta por hornos, microondas, placas, cocinas, campanas y lavavajillas que aprovechan la conectividad y la IA para ofrecer soluciones a medida. Y todo, con un diseño elegante y minimalista. Así, por ejemplo, la tecnología PreciTaste de sus hornos es capaz de reconocer, gracias a la inteligencia artificial, los tipos de alimentos introducidos en su interior para configurar automáticamente los parámetros de cocción. Incluyen control por voz.



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

Con la ayuda de Home Connect, los lavavajillas PerfectDry ahora se pueden controlar y operar de forma remota mediante una App. Además, los usuarios pueden guardar los programas y configuraciones de uso frecuente y activarlos a través de la aplicación o en la propia máquina. El uso de la función "silence on demand" reduce el nivel de ruido del dispositivo ya silencioso al mínimo durante 30 minutos. Además, los últimos lavavajillas PerfectDry están equipados con reconocimiento de voz, lo que significa que también se pueden controlar mediante comandos de voz junto con Home Connect, Alexa o Google Home, por ejemplo.



### Hoover / [www.hoover.es/es\\_ES](http://www.hoover.es/es_ES)

La lavadora H-WASH 500 y la secadora H-DRY 500 se combinan a la perfección. Con motor Eco-Power Inverter fiable y eficaz, la lavadora incluye Full Care, un conjunto de 9 ciclos de lavado donde destaca Auto Care: a través de un sofisticado algoritmo es capaz de calcular el programa más adecuado adaptando detergente, agua y tiempo según fibras y carga. H-Wash 500 y H-DRY 500 evitan el desperdicio de recursos, al poder calcular el consumo exacto de agua y detergente. Además, su sistema Care Dose dosifica automáticamente la cantidad exacta de detergente y suavizante, según la dureza del agua y el ciclo seleccionado.

# Taurus

Tras cerca de 60 años de experiencia en electrodomésticos para la cocina, presentamos nuestra nueva gama de electrodomésticos de encastre, desarrollada y producida en parte en nuestras instalaciones de Oliana (Lleida). Incluye campanas extractoras, placas de cocina eléctricas y de gas, hornos y microondas. Productos que aportan elegancia, tecnología y eficiencia, además de la garantía de calidad y confianza a las familias.



## I603MT

Placa de inducción con tres zonas de calentamiento y potencia total de 7400W. Cuenta con **9 niveles de potencia**, temporizador ajustable hasta 99 minutos y una zona XXL para recipientes de 30 cm.



## G60BKAL

Campana decorativa en cristal negro con chimenea de acero inoxidable **disponible en tres medidas:**

60, 70 y 90 cm de ancho. Su capacidad de extracción es elevada y su uso es sencillo e intuitivo, gracias al panel de control táctil que incorpora.



## M020IXD

Microondas encastrable de acero inoxidable con control digital y 5 niveles de potencia.

Incorpora **8 menús automáticos** y un botón de inicio rápido. Incluye parrilla para cocinar cerca del grill, como accesorio.

## HM973IXD

Horno multifuncional programable con panel de acero inoxidable y una **gran capacidad de 73L**. Ofrece 8 funciones de cocción, función de calentamiento rápido y función de limpieza WaterSteam. Incluye parrilla, bandeja profunda y guías telescópicas para una total comodidad en el uso.

Hisense

### Frigoríficos Cross Door

Frigorífico estilo americano Total No Frost, con pantalla LED integrada con control electrónico táctil. Incluye triple zona de temperatura configurable con **My Fresh Choice**. Su tecnología NANO Fresh elimina bacterias, conservando los alimentos más tiempo y minimiza los olores. La tecnología Inverter mide las condiciones dentro del frigorífico para gestionar su funcionamiento.

La función Triple Tech Cooling mantiene las condiciones de humedad idóneas para cada apartado, evitando la mezcla de olores y que los alimentos se sequen. Con My Fresh Choice es posible configurar los compartimentos como frigorífico o congelador mediante el ajuste de la temperatura.



### Hornos a vapor

Para los amantes de la cocina sana este horno 100% vapor presenta una forma inspirada en los hornos tradicionales de leña. Destaca por lograr una circulación óptima del aire caliente en todo su interior. Así, la comida se hornea de manera uniforme, sin puntos quemados o poco hechos, con un exterior crujiente y un interior jugoso. Dispone de limpieza con vapor **Steam Clean** y guías telescópicas para facilitar la extracción de los alimentos.

### Televisor U70F

Entre sus tecnologías de imagen figuran Quantum Dot, Full Array Local Dimming o Dolby Vision. Además, cuenta con certificación HDR10+, sonido envolvente Dolby Atmos y sistema operativo VIDAA U Smart TV OS, plataforma de contenido inteligente con **Netflix, Dazn, Rakuten TV o Amazon Prime Video**. Destaca su diseño elegante y contemporáneo. Su portacables permite mantener el orden. Dispone de control por voz gracias a Alexa. Su *Modo Gamind* ofrece una experiencia totalmente inmersiva para los amantes de los videojuegos.



### L5 Laser TV

Este televisor de 100" ofrece una calidad de imagen 4K HDR, y un sonido inmersivo gracias a su sistema **Dolby Atmos**. Además, está equipado con una fuente de luz láser azul para obtener imágenes nítidas y precisas llenas de detalles. Además, cuenta con Smart TV VIDAA U, sistema operativo intuitivo con contenidos de plataformas como Rakuten TV, Netflix, Amazon Video, Youtube... La profundidad de la pantalla del Hisense Laser TV es de solo 3 cm (1,18"). Su pantalla delgada y liviana se puede colgar

de forma inalámbrica, discreta y elegante para garantizar un cómodo y ágil montaje en la pared de cualquier hogar. El televisor de tiro ultracorto, a solo 29 cm de la pared, es fácil de instalar y adaptarse. Ofrece una experiencia cinematográfica en casa.



## Línea profesional de dispositivos de uso higiénico sanitarios



Adoptar diariamente el buen hábito de **desinfectar las manos** varias veces al día es una práctica indispensable para preservar nuestra salud y la de las personas con las que entramos en contacto. Por este motivo, hemos creado la línea **CLEANIUM**.

Desde los primeros días de la emergencia, nuestro equipo de ingenieros ha estudiado **soluciones innovadoras** dejando de lado la lógica de los viejos dispensadores e inventando **un nuevo sistema modular**.

El interior de los productos de la gama **Cleanium se sella mediante una cápsula de vidrio** que, junto con simples procedimientos de recarga, permiten mantener los productos **desinfectados durante toda su vida útil**.

Todos los productos de la línea reducen el impacto medioambiental utilizando **materiales reciclables**, como el aluminio.

### CLEANIUM USO INTERIOR/ SEMI EXTERIOR

### CLEANIUM EXTERIOR



CLEANIUM ONE

CLEANIUM CHILD

CLEANIUM SMART

CLEANIUM WALL

CLEANIUM THERMOSCAN

CLEANIUM AIR

CLEANIUM DIGITAL SIGNAGE

CLEANIUM SIGHT

CLEANIUM RUGGED

CLEANIUM RUGGED PRO





### Honor / [www.hihonor.com](http://www.hihonor.com)

El Honor Watch GS Pro presentado en IFA es un smartwatch para aventureros. Equipado con una batería de 25 días de duración, está diseñado para soportar entornos difíciles y ha superado hasta 14 pruebas MIL-STD-810G. Con el apoyo de sistemas de posicionamiento por satélite dual incorporados de alta precisión, el Honor Watch GS Pro está equipado con función de ruta de regreso y alerta de desviación de ruta. Además, ofrece más de 100 modos de entrenamiento y registro de datos de entrenamiento, como la escalada, el senderismo, el esquí, el running en interior y en exteriores o el entrenamiento libre. También cuenta con funcionalidades de salud intuitivas para supervisar el bienestar de los usuarios. Tiene un PVP de 249,90 euros.



### TCL / [www.tcl.com](http://www.tcl.com)

La nueva tablet avanzada TCL 10 TABMAX, gracias a la tecnología de visualización NXTVISION, ofrece colores más vibrantes y más riqueza de detalles. A ello se une su pantalla FHD+ de 10,36 pulgadas, los marcos estrechos de 8,3 mm y la disposición de la pantalla más ancha. Permite usar el lápiz TCL Stylus, además de realizar videollamadas de alta definición, utilizando un avanzado sistema de doble micrófono y reducción de ruido y su cámara frontal de 8 megapíxeles. La funda con teclado y la conectividad 4G garantizan la libertad de estar conectado en cualquier parte, y las soluciones de software

de Google y Microsoft, permiten ser productivo desde cualquier lugar. Ofrece protección ocular avanzada sin parpadeos ni luz azul y con un mejor brillo y tonalidad. También avisa cuando el usuario se encuentra a menos de 25cm de la pantalla.



### Philips TV / [www.tpvision.com](http://www.tpvision.com)

En colaboración con la marca de audio Bowers & Wilkins, Philips TV presenta su nuevo televisor OLED+935, equipado con el característico sistema de iluminación perimetral de la marca, Ambilight, y una funcionalidad de Inteligencia Artificial (IA) mejorada. El sistema Intelligent Dual Engine evita las quemaduras por imágenes fijas. Apto para todos los formatos HDR actuales, cuenta con función DTS Play-Fi con capacidad de audio multihabitación inalámbrica integrada. Dispone de diez altavoces en un sistema

3.1.2, y un diseño configurado a partir de su chasis ultraplano, biseles sin bordes y un acabado metálico de alta calidad. Su sistema Ambilight incorpora una nueva función de bienestar con la función Sunrise, y el nuevo modo Ambilight Sleep. Compatible con control por voz, estará disponible en septiembre en 55 y 65 pulgadas, y en octubre en 48.



**Panasonic / [www.panasonic.com](http://www.panasonic.com)**

Con la nueva serie de televisores OLED 4K HZW984, Panasonic busca aprovechar el tirón de ventas de los modelos OLED. El HZW984 está especialmente dirigido a espectadores que quieran disfrutar de las películas tanto en casa como en el cine. Disponibles en tamaños de pantalla de 65 y 55 pulgadas, gracias al procesador inteligente HCX Pro, los modelos cuentan con el procesamiento de imagen más innovador que jamás haya utilizado Panasonic y, con su alta potencia informática, son capaces de extraer detalles y precisión insuperables en color, contraste y nitidez.

Su modo Filmmaker con Intelligent Sensing desarrollado por UHD Alliance, permite experimentar las películas exactamente como en el cine. Así, adopta la velocidad de fotogramas, la relación de aspecto, el color y el contraste del contenido original. Permite disfrutar de contenido HDR10, HDR10+, HLG y SDR con una calidad de imagen brillante y detallada.



**LG / [www.lg.com/es](http://www.lg.com/es)**

LG ha reforzado las capacidades de sus televisores OLED para el entretenimiento gaming. Así, ha anunciado sus primeros televisores OLED 8K compatibles con la nueva y potente GPU NVIDIA GeForce RTX 30 Series. Equipado con la tecnología (Alpha) de la compañía, el procesador AI 9 Gen 3 de los nuevos televisores es capaz de brindar soporte de ancho de banda completo 8K. De esta manera, el televisor OLED 8K de LG es capaz de ofrecer la experiencia de juego más fascinante en pantallas con más de 33 millones de píxeles autoiluminados.



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

El nuevo proyector láser 4K de tiro ultracorto, The Premiere, de Samsung, ofrece una experiencia cinematográfica en el hogar. The Premiere estará disponible en 120 pulgadas (LSP7T), con capacidad de resolución de imagen 4K basada en la tecnología láser. The Premiere LSP7 es el primer proyector con certificación HDR10+ y tecnología láser, y ofrece un contraste revolucionario en los detalles cuando los espectadores disfrutan de escenas luminosas y oscuras, con picos de luminosidad de hasta 2.200 lúmenes ANSI. The Premiere también incluye el Filmmaker Mode ("modo cineasta") y se convierte así en el primero en su categoría que permite que los espectadores vean las películas tal como querían sus directores. Este proyector inteligente viene equipado con la plataforma Smart TV de Samsung.



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

TP-Link lanzó en IFA 2020, Deco X80-5G, su primer router 5G con tecnología WiFi 6, que permite velocidades de descarga de acceso de banda ancha de hasta 5,0 Gbps (16,7 veces más rápido que el 4G LTE-Avanzado y 33 veces más que el 4G LTE). Las conexiones de red de respuesta rápida están disponibles para los dispositivos móviles del mañana con sólo 1 ms de latencia. Gracias a WiFi 6, Deco X80-5G ofrece potentes velocidades de banda dual WiFi 6 de hasta 6000 Mbps para ofrecer una verdadera conexión de red gigabit en el hogar.



### Realme / [www.realme.com](http://www.realme.com)

La marca de teléfonos móviles se estrenó en IFA 2020 presentando una cámara de seguridad, su Smart Cam 360, equipada con comunicación bidireccional por voz, 128 GB de almacenamiento, o cambio automático a cámara infrarroja cuando se hace de noche. La cámara graba vídeo 1080p full-HD con un amplio rango dinámico y un algoritmo de cancelación de ruido 3D para mejorar la calidad de la imagen. Además, cuenta con un mecanismo que logra una visión panorámica de 360 grados. Otras características incluyen detección de movimiento por IA, y alerta en tiempo real.



### Tado° / [www.tado.com](http://www.tado.com)

El nuevo Kit de inicio de Termostato Inteligente Inalámbrico V3+ es compatible con el 95% de los sistemas de calefacción, por lo que ofrece una integración y un control inigualables para todo tipo de calderas, independientemente del fabricante.



### Deep One / [www.deep.one](http://www.deep.one)

Esta marca presentó en IFA 2020 un Subwoofer wearable, diseñado para llevarlo alrededor del cuello. Este dispositivo en forma de U ofrece graves profundos que resuenan contundentemente sin molestar a terceros. Se conecta al smartphone por Bluetooth y envía sonidos de baja frecuencia a los hombros y a la parte superior del pecho del usuario, logrando que este sienta el sonido de las películas, la música o los juegos de una forma especial y en una experiencia original.

SOGO

### Radiador de aceite SS-18455

Radiador de aceite de 7 elementos con configuraciones de calor de 600, 900 y 1.500W. Cuenta con **control de termostato ajustable**, protección contra sobrecalentamiento, indicador luminoso, ruedas suaves, e interruptor de seguridad antivuelco. Apto para habitaciones de hasta 12 m<sup>2</sup>.



### Radiador de aceite SS-18460

Modelo de 9 elementos, válido para calentar habitaciones de hasta 15 m<sup>2</sup>.

Presenta **tres niveles de calor (800, 1.200 y 2.000W)**, control de termostato ajustable, protección contra sobrecalentamiento, indicador luminoso, ruedas suaves, e interruptor de seguridad antivuelco.



### Radiador de aceite SS-18470

Este radiador, de 11 elementos, ofrece tres niveles de calor de 1.000, 1.500 y 2.500W. Ideal para habitaciones de hasta 18 m<sup>2</sup>, incluye función deshumidificador, además de **control de termostato ajustable**, protección contra sobrecalentamiento, indicador luminoso, ruedas suaves, e interruptor de seguridad antivuelco.



### Purificador de aire con deshumidificador, SS-21705

Este aparato de 45W mantiene el aire limpio de alérgenos, bacterias, esporas de moho, caspa de mascotas y contaminación atmosférica, ya que elimina hasta el 99,97% de las partículas contaminantes (hasta 0,3 micras). Presenta un área de cobertura de 15-25 m<sup>2</sup>, **filtro HEPA H13**, aviso de cambio de filtro tras 2.200 horas, control táctil, temporizador de hasta 8 horas, capacidad de trabajo de 750 ml/día, depósito de agua de 1.000 ml, tres niveles de intensidad y nivel de ruido máximo de hasta 50 dB y CADR de 60 m<sup>3</sup>/h.



### Purificador de aire SS-21715

Elimina hasta el 99,97% de las micropartículas contaminantes (hasta 0,3 micras). Gracias a su potencia de 50W abarca una superficie de 50m<sup>2</sup>. Cuenta con sensor para la calidad del aire, aviso de cambio de filtro tras 2.200 horas, **filtro HEPA H13 + prefiltro y prefiltro de carbón activado**, función UV para acabar con virus, bacterias y hongos, temporizador de hasta 8 horas, conexión WiFi, 4 modos de funcionamiento, nivel de ruido máximo de 60 dB y CADR de 400m<sup>3</sup>/h.



Cecotec



### Aspirador vertical Conga RockStar 700 Ultimate ErgoWet

Aspirador sin cables 4 en 1: vertical, escoba, de mano y friegasuelos. Incluye **motor Digital Brushless**, máxima potencia de succión (24 KPa) y diseño 360 para eliminar el polvo de cualquier lugar. Cuenta con modo Turbo automático para alfombras. Su función Typhoon maximiza su poder de succión hasta 130 aW, mientras que, gracias a su sistema ErgoFlex, permite acceder a cualquier lugar con un simple gesto. Cuenta con una batería de Ion-Litio de 2.500 mAh y 25,9 V que consigue una autonomía de hasta 65 minutos y reduce el tiempo de carga a 4 horas. Sus tres modos de funcionamiento, Eco, Diario y Turbo, permiten adaptar su uso a cada circunstancia.

### Robot de cocina Mambo 8590

Equipado con la exclusiva cuchara MamboMix, ofrece **30 funciones**, báscula incorporada, jarra de acero inoxidable de 3,3 litros apta para lavavajillas, velocidad



cero, cestillo de hervir para cocinar a 4 niveles y completo recetario. La cuchara MamboMix está especialmente diseñada para remover lentamente guisos, risottos, cremas, pastas y para amasar sin cortar. Mambo 8590 trocea, pica, licua, tritura, sofríe, muele, pulveriza, ralla, recalienta, bate, prepara yogures, monta, emulsiona, mezcla, cocina, remueve, cocina al vapor, escalfa, confita, amasa, cocina a baja temperatura, hierve, mantiene caliente, fermenta, cocina con precisión grado a grado, cocina al baño maría, cocina de forma lenta y ofrece las funciones de velocidad cero y Turbo. Permite 4 elaboraciones simultáneas: en la jarra, en el cestillo y en la vaporera a dos niveles.

### Totalpure 3 en 1 Connected Max

Aparato con las funciones de ventilador, calefactor y purificador de aire. Así, cuenta con una potencia de calefacción de 2.000 W, y de ventilación, de 45 W. Su función "Purificador de aire" elimina las partículas nocivas del mismo gracias a su filtro de alta eficiencia. Puede ser controlado a distancia mediante un smartphone gracias a su conectividad WiFi.

Asimismo, dispone de pantalla LED, mando a distancia y temporizador de hasta 8 horas. El purificador incluye un filtro Hepa13 extra de recambio. Cuenta con hasta 14 velocidades, (9 en modo Ventilación, 4 en Calefacción y una silenciosa). Otros detalles son oscilación de 80° para un mayor radio de acción, y motor DC.



# Jata



Electrodomésticos Jata ha iniciado una nueva etapa estrenando nueva imagen corporativa. Esta renovación parte de un diseño de logo más sencillo y legible que el anterior, con unas letras más redondeadas. Una declaración de intenciones simbólica para la marca. El 2020 es para Jata un año de conversión y cambio. Todo ello, sin dejar de lado el carácter familiar y cercano que lleva caracterizando a la compañía desde su fundación hace casi 77 años.

Entre sus novedades figura el cortapelos de precisión MP36B, disponible a partir de este otoño. Se trata de un producto que puede funcionar enchufado o en modo inalámbrico, con una batería de hasta 50 minutos. Cuenta con un sistema telescópico de longitud de corte, dos guías de corte de 1-10 y 11-20 mm, cabezal extraíble para limpieza, y cuchillas de acero inoxidable de alta resistencia. Además del adaptador multicorriente de 100-240 v, incluye un kit con tijeras, peine, aceite lubricante, y cepillo para limpiar las cuchillas.



# Jata

**LA GARANTÍA MÁS COMPLETA  
DE TODO EL MERCADO**

2 años de garantía europea + 1 año de garantía adicional.

Visita nuestra web para más detalles.





### Bissell / [www.bissell.es](http://www.bissell.es)

Bissell, líder del mercado de cuidado de suelos en EE.UU., presentó en IFA 2020 su CrossWave Cordless Max, que aspira, friega y seca hasta 100 metros cuadrados de suelos duros y alfombras en una sola pasada, con la libertad de la tecnología inalámbrica y con una batería de hasta 30 minutos de autonomía. Para una máxima comodidad y mejores resultados, la nueva generación de CrossWave Cordless ofrece un ciclo de autolimpieza automático con solo tocar un botón y un cepillo para múltiples superficies XL para un mejor alcance de los bordes.

### Neato / [www.neatorobotics.com](http://www.neatorobotics.com)



Los nuevos robots aspiradores premium, Neato D10, D9 y D8 se acompañan de la nueva aplicación MyNeato. Su forma de "D" le permite limpiar las esquinas. A ello ayuda su cepillo más ancho y el depósito de suciedad más grande del mercado. Con un filtro True HEPA, el primero en el mercado, el Neato D10 (en la imagen) captura hasta un 99,97% de alérgenos y partículas, como polvo y caspa, de tan solo 0,3 micrones.

Su conexión inalámbrica resulta fácil en sólo seis pasos a través de la app MyNeato. Neato D10, con un tiempo de ejecución de hasta 150 minutos, un filtro True HEPA y la última tecnología basada en LaserSmart LIDAR, es el más potente de los nuevos modelos.

### Roborock / <https://es.roborock.com/>



El Roborock S6 MaxV, incorporación premium a la línea S-Series de la compañía, se presenta como el primer robot aspirador con cámara estéreo -o cámara dual- lo que permite sortear obstáculos de forma muy avanzada, gracias a la tecnología ReactiveAI. Además, por primera vez llega con un procesador Qualcomm APQ8053 de Qualcomm Technologies, Inc., que proporciona máximo rendimiento en cuanto a conectividad e IA al MaxV. La tecnología ReactiveAI permite al aspirador no solo reconocer, sino evitar los obstáculos más comunes en el hogar.



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

En IFA se presentó la nueva familia de robots aspiradores inteligentes U2. Introducida en el mercado como gama de entrada, pero incluyendo por primera vez en los modelos de entrada, la tecnología de fregado OZMO de Ecovacs, que permite al robot aspirar y fregar en una sola pasada. Además, el modelo DEEBOT U2 Pro, incluye un nuevo "Kit para mascotas". También incorpora un cepillo especial que evita enredos y, además, un depósito para la suciedad con una capacidad de 800ml, el doble que los depósitos normales.



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

El Philips Sonicare Power Flosser es un dispositivo de limpieza con hilo de agua sin esfuerzo que proporciona una alternativa eficaz al hilo dental. Diseñado para usarse una vez al día con el cepillado, cuenta con la exclusiva tecnología QUAD STREAM que ayuda a limpiar a fondo entre los dientes y a lo largo de la línea de las encías para mejorar la higiene bucal. Al ofrecer mejores resultados que el hilo dental, se ha demostrado clínicamente que el Philips Sonicare Power Flosser es hasta un 180% más eficaz para mejorar la salud de las encías y 3 veces más eficaz para eliminar la placa entre los dientes y a lo largo de la línea de las encías.



**Beurer / [www.beurer.com](http://www.beurer.com)**

Beurer presentó en la ifa su simulador de aire del mar, maremed, un aparato que crea un auténtico clima marino en casa. Así, según su fabricante, maremed limpia el ambiente, lo mineraliza, lo esteriliza, lo ioniza y lo humidifica. Para que el sistema funcione de forma efectiva es necesario añadirle, en forma de consumible, un compuesto especial de sal natural producido en exclusiva por Beurer, que contiene más de 65 oligoelementos.



# 6.100 visitantes presenciales y más de 78.000 virtuales, en la **IFA** del coronavirus

Como no podía ser de otra manera, la edición especial de IFA, este 2020, estuvo marcada por el coronavirus. Sin embargo, la iniciativa no defraudó y organizadores e industria miran ya, y con ganas, a la próxima edición en 2021, que, para compensar, se espera en todo su esplendor.

---

■ La IFA 2020 Special Edition, celebrada del 3 al 5 de septiembre, ha dejado claro que la tecnología ha vuelto y que el sector necesita experiencias de la vida real. Este año la feria celebró un evento híbrido y de menor duración. En total, tres días de conferencias, presentaciones y lanzamientos de productos, celebrados físicamente en Berlín, bajo estrictas medidas de seguridad, que fueron amplificados con la nueva plataforma virtual, IFA Xtended Space.

Asimismo, la edición especial de IFA 2020 también acogió SHIFT Mobility, con innovaciones tecnológicas en movilidad urbana, y el espacio de empresas emergentes e innovación, IFA NEXT. La feria mantuvo su espíritu comercial y de negocio, con reuniones entre fabricantes y distribución en salas habilitadas para ello y en un entorno seguro.

En un panorama marcado por la lógica menor afluencia de expositores, 150 de forma presencial y algo menos de

1.400 incluyendo la plataforma online, destacaron los hologramas de LG, o las novedades de BSH, Haier Group, Honor, Huawei, Miele, Neato, Qualcomm o TCL.

## Las cifras

La pandemia había impuesto límites estrictos al número de asistentes. A pesar de ello, se recibieron 6.100 visitantes directos para conocer las novedades de los 150 expositores físicamente presentes en Berlín y de las 1.350 marcas adicionales de 30 países que mostraron sus productos de forma online.

Además, fueron más de 78.000 las personas que siguieron la edición especial de IFA 2020 a distancia, generando 262.000 visitas. Los asistentes online tuvieron acceso a la conferencia de prensa y al discurso de apertura, a los debates y a las demostraciones de productos virtuales.



Además, el IFA Xtended Space de este año estará operativo hasta la IFA 2021. *La edición especial de IFA 2020 nos mostró el impresionante poder de la innovación. En un nivel más profundo, también nos mostró que el mundo necesita estas reuniones cara a cara entre la industria, el comercio minorista, los consumidores y los medios, y es IFA quien facilitó estas conexiones cruciales, a pesar de las limitaciones impuestas por la pandemia*, dijo el Dr. Christian Göke, director ejecutivo de Messe Berlin.

Jens Heithecker, director ejecutivo de IFA, agregó: *La edición especial de IFA 2020 envió una señal importante: que la tecnología ha vuelto, y que la recuperación y reconstrucción de la industria comienza aquí y ahora. Por supuesto, tuvimos que mantener bajos los números de la IFA este año, pero se ha demostrado el gran interés de todos por reunirse en la vida real, y esto nos coloca en el camino correcto para una IFA 2021 sólida y a gran escala.*

Por su parte, Kai Hillebrandt, presidente del consejo de supervisión de gfu Consumer & Home Electronics GmbH, agradeció a Messe Berlin haber hecho realidad la edición especial de IFA 2020. Para Hillebrandt, este fue un movimiento audaz, que se ha visto recompensado con el éxito del evento. En palabras del directivo de la asociación de la industria electro alemana, *la IFA tenía un papel muy especial que jugar este año y lo cumplió a la perfección. Para los mercados globales, IFA proporcionó importantes impulsos en el momento adecuado, previo al período de mayor rotación como plataforma de innovación con numerosas pre-*

*sentaciones de productos. Pero por importantes que sean los componentes virtuales en tiempos de pandemia, nunca pueden reemplazar el contacto humano. Nuestro objetivo para la IFA 2021 será combinar las fortalezas tradicionales de IFA, uniendo muchas innovaciones con aún más personas en un solo lugar, con las experiencias de IFA 2020 Special Edition para crear un formato futuro sólido.*

Como queriendo pasar página de un año marcado por la pandemia, la organización del salón y las marcas, miran ya al futuro. De esta manera, esperan que la IFA vuelva a recuperar todo su esplendor en 2021. En una edición a gran escala, que se celebrará en Berlín del 3 al 7 de septiembre. Según la Messe Berlin, organizadora del evento, la IFA 2021 cuenta ya con un fuerte respaldo por parte de la industria. En este sentido, hasta el momento, ya se ha reservado más del 60% del espacio expositivo. Se trata, según el Director Ejecutivo de IFA, Jens Heithecker, de un nuevo récord. Ya que nunca antes habían registrado tal interés para una IFA con tanta antelación.

Como novedad, la IFA de 2021 incluirá una nueva categoría de productos y agregará el sector de la imagen a la feria. Así, Messe Berlin se ha asociado con Berlin Photo Week. Se trata de un formato de evento único e innovador para todos los amantes de la imagen y la fotografía. La Berlin Photo Week reunió en 2019 a más de 30.000 jóvenes. Las fechas de la Berlin Photo Week 2021 coincidirán con las de la IFA 2021. Esto permitirá a los participantes beneficiarse de la visita a ambos eventos. [www.ifa-berlin.com](http://www.ifa-berlin.com)

# CES 2021 no se celebrará en formato presencial, sino virtual

La Consumer Technology Association (CTA), organizadora de CES, decidió en verano cancelar la edición presencial en Las Vegas. En su lugar, se celebrará un evento digital del 6 al 9 de enero de 2021.

---

■ A través de un comunicado disponible en la web oficial de la feria, la organización explica su decisión. Concretamente, la CTA está tratando de reinventar la manera de conectar expositores, clientes, líderes de opinión y medios, priorizando la salud y la seguridad. Por eso han decidido evitar el contacto personal y crear para la CES 2021 una experiencia totalmente digital. Asimismo, insisten en el papel de la feria como escenario global para la innovación. Por ello, el Consumer Electronics Show continuará siendo una plataforma para lanzar productos, interactuar con marcas globales y definir el futuro de la industria.

Para la CTA, el actual clima de preocupación sobre los rebotes del COVID-19, no permite convocar presencialmente de manera segura a decenas de miles de personas en Las Vegas a principios de enero de 2021. Así, la única solución es un CES 2021 digital que permitirá a toda la comunidad tecnológica compartir sus ideas y presentar las

últimas novedades de manera segura. Además, hacen hincapié en la ventaja de poder participar en el evento desde cualquier parte del mundo. Lo que han llamado: una experiencia única para la industria tecnológica.

En este sentido, el evento digital incluirá keynotes y conferencias que todos los espectadores podrán disfrutar desde primera fila. También, presentaciones de productos en las que el usuario podrá explorar las novedades del mercado en función de sus intereses y negocios. Además de un espacio virtual para reuniones y networking en el que los asistentes podrán interactuar con marcas, líderes de opinión y crear contactos. En este espacio se realizarán interacciones en directo, reuniones y mesas redondas.

El próximo CES físico en Las Vegas, en 2022, combinará lo mejor del evento presencial con el aprendizaje que les aportará la celebración digital de 2021.

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

# El evento **METIC** de Tech Data se celebra por vez primera en formato virtual

El pasado 15 de septiembre, se celebró un inusual evento METIC del mayorista Tech Data. Por vez primera, la cita se celebró de forma online en lugar de en su habitual formato presencial.

---

■ Como todo, este año, el METIC 2020 de Tech Data estuvo marcado por la pandemia. Por eso, el principal evento para clientes y fabricantes del mayorista, tuvo lugar el pasado 15 de septiembre de forma virtual, tras haberse aplazado su celebración prevista para marzo.

En esta ocasión, el evento contó con la colaboración de más de 50 fabricantes, la mitad de las anteriores citas presenciales. Tech Data no ha querido dar a conocer la cifra de asistentes virtuales, pero asegura que se conectaron clientes desde todos los puntos de la geografía española. En este sentido, el mayorista ha destacado la experiencia digital de alta calidad, que ha significado el METIC de este año. Un evento que generó una alta participación, según los organizadores, y que combinó una zona de networking interactiva con fabricantes y las divisiones de Tech Data España, junto con una intensa actividad de presentaciones, conferencias, intervenciones y demostraciones.

Como explica Marta Juderías, directora de Marketing de Tech Data Iberia, en esta ocasión destacó la variedad de temas tratados durante la jornada. En este sentido, hubo operativas cinco salas virtuales simultáneas durante todo el día, y los asistentes pudieron conocer las principales novedades de los fabricantes junto con informaciones precisas sobre productos, servicios, promociones y estrategias.

Para Paulí Amat, CEO Tech Data España, *el evento ha sido una experiencia única. Estamos muy satisfechos por la excelente acogida de fabricantes y clientes. Hemos aprendido mucho, lo que nos va a servir para impulsar este año otros eventos más focalizados en tecnologías y segmentos de mercado y clientes. Seguiremos trabajando para que METIC, sea cual sea el formato, siga siendo interesante y útil, además del primer gran punto de encuentro global del año para el sector.*

<https://es.techdata.com>

# C&R 2021: el sector de la climatización se cita en Madrid en febrero del año próximo

La próxima edición de C&R, el Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración, tendrá lugar en Madrid, del 23 al 26 de febrero de 2021.

---

■ IFEMA está preparando la próxima edición de la feria C&R, el principal evento para los sectores de aire acondicionado, calefacción, ventilación y frío industrial y comercial de España. Así, la muestra está prevista del 23 al 26 de febrero de 2021 en Feria de Madrid. La organización garantiza todas las medidas para que el salón pueda celebrarse de forma segura. Asimismo, espera que sirva para contribuir a la necesaria recuperación económica. En su anterior edición, celebrada en 2019, la muestra reunió las novedades de 374 expositores directos. También recibió la visita de 54.781 profesionales de 88 países.

En un contexto difícil para la economía, marcado por el miedo y las precauciones frente al coronavirus, los organizadores subrayan el valor de los encuentros presenciales y del contacto cara a cara entre proveedores y clientes, la posibilidad de conocer y testar los productos en directo y de participar en espacios de networking, conferencias,

demostraciones y actividades formativas. Todo, con las mejores condiciones de seguridad ofrecidas por IFEMA.

Además, desde IFEMA se recuerda también la importancia que la ventilación y la calidad del aire está tomando con todo el tema del coronavirus. Si a ello unimos el clima de avances tecnológicos y la apuesta de las empresas por la sostenibilidad y la eficiencia energética de los equipos, la cita incluirá contenidos interesantes.

Precisamente, IFEMA ha implementado distintas actuaciones y protocolos que garantizan un entorno de higiene y seguridad anti-COVID. Así, por ejemplo, ha eliminado la re-circulación del aire, ofreciendo un exceso de ventilación en sus pabellones. También, ha instalado sistemas de filtración del aire, de acuerdo a las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud y los estudios de las Asociaciones del sector al respecto. [www.ifema.es/cr](http://www.ifema.es/cr)

# Gamelab 2020 cerró una primera edición online con más de 15.000 espectadores

La XVI edición del congreso de videojuegos y ocio interactivo, Gamelab, celebrada del 23 al 25 de junio de forma virtual por primera vez en su historia por el COVID-19, cerró sus puertas con grandes cifras, tanto de audiencia como de negocio, según sus organizadores.

■ Gamelab Barcelona concluyó el pasado 25 de junio con gran éxito tanto de espectadores a través del streaming, como en su área de negocio. Concretamente, según la organización, 15.000 espectadores siguieron las conferencias de la muestra desde sus ordenadores. Además, el área de negocio virtual y personalizado, puesto en marcha por primera vez este año, contó con la participación de los inversores y publishers más importantes del mundo. Concretamente se celebraron reuniones con más del 70% de las empresas desarrolladoras inscritas.

En la pasada edición se emitieron por streaming más de 42 charlas que fueron seguidas en países de tres continentes, redimensionando enormemente el alcance del evento. Entre las mismas destacan la de notables personalidades del sector como la de Phil Spencer (Xbox), Mark Cerny (PS5), Ken Levine (BioShock), Mike Pondsmith (Cyberpunk), Kiki Wolfkill (Halo), Amy Henning (Uncharted) o Shawn Layden entre muchos otros.



Gamelab se ha reafirmado como gran exponente internacional gracias a las charlas entre creadores: una novedad de esta edición en la que 72 ponentes en el auditorio principal y 19 en el auditorio técnico "unreal" abordaron las tendencias presentes y futuras del sector. Un asunto que se repitió a lo largo de las intervenciones fue la importancia, especialmente en estos tiempos, de la interacción social, la que, sin duda, se puede encontrar a través de los videojuegos.

**OCTUBRE 2020****05/08****Interop**

El evento anual del marketing digital y los negocios online.

EDICIÓN ONLINE

www.interop.com

**08/12****DreamHack**

Feria de gaming.  
Valencia (España)  
www.dreamhack.es

**20/23****CEATEC**

Feria de la electrónica de consumo y multimedia.

EDICIÓN ONLINE

www.ceatec.com

**28/29****eShow**

Feria de eCommerce, marketing online, hosting, cloud y social media  
Madrid (España)

www.the-eshow.com/madrid

**28/31****Music China**

Feria internacional de instrumentos y servicios musicales.

Shanghai (China)

www.music-china.hk.messefrankfurt.com

**NOVIEMBRE 2020****04/07****Eletrolar Show**

Feria internacional de electrodomésticos de Brasil.

Sao Paulo (Brasil)

www.eletrolarshow.com.br

**10/13****Electronica 2020**

Feria internacional bienal de componentes electrónicos, sistemas y aplicaciones.

Múnich (Alemania)

www.electronica.de

**11/15****China Hi-tech Fair (CHTF)**

Feria china de alta tecnología  
Shenzhen (China)  
www.chtf.com/english

**16/27****HK Electronics Fair**

Feria de la electrónica de Asia (edición de otoño).

EDICIÓN ONLINE

www.hktdc.com

**18/19****Smart Mobility Summit**

Encuentro global sobre el mundo móvil y conectado.

Lisboa (Portugal)

www.smartmobilitysummit.com

**27-29****CeBIT Asean Tailandia**

Feria de la electrónica de consumo y nuevas tecnologías en Tailandia.

Bangkok (Tailandia)

www.cebitasean.com

**28/01-12****NiceOne Barcelona**

Gaming & Digital Experiences Festival  
Barcelona (España)

www.barcelonagamesworld.com

**DICIEMBRE 2020****6/8****The 5 and Edge Summit**

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

Denver, Colorado (EE.UU.)

www.et6exchange.com

**ENERO 2021****11/14****CES**

Feria de electrónica de consumo.

EDICIÓN ONLINE

www.ces.tech

**14/16****ISPO**

Feria internacional del mercado del deporte. Beijing (China)  
www.beijing.ispo.com

**18/24****LivingKitchen**

Feria Internacional de la Cocina.  
Colonia (Alemania)

www.livingkitchen-cologne.com

**20/22****Wearable Expo**

Exposición internacional especializada en dispositivos wearables y tecnología.

Tokio (Japón)

www.wearable-expo.jp/en

**22/26****Maison & Object**

Feria de artículos para el hogar.  
Paris (Francia)

www.maison-objet.com

**31/03-02****ISPO Múnich**

Feria internacional del mercado del deporte. Munich (Alemania)

www.munich.ispo.com

**FEBRERO 2021****19/23****Ambiente**

Exposición internacional de bienes de consumo. Incluye exposición de PAE.

Frankfurt (Alemania)

www.ambiente.messefrankfurt.com

**23/26****C&R Climatización y Refrigeración**

Salón internacional de aire acondicionado, calefacción, ventilación, frío industrial y comercial

www.climatizacion.ifema.es

**\*NOTA:** La información contenida en este calendario podría sufrir cambios como consecuencia de las cancelaciones y traslados de fechas de última hora por los efectos del Coronavirus.



# sonitrón.net

TECNOLOGÍA  
ELECTRODOMÉSTICOS  
DISPOSITIVOS MÓVILES





### Madrid Games Week 2020 se cancela

IFEMA y AEVI, la Asociación Española del Videojuego, han decidido no celebrar la edición 2020 de la feria Madrid Games Week (MGW), prevista para los días 9 a 12 de octubre. Se trata de una decisión consensuada entre los organizadores con el objetivo de ofrecer un entorno de encuentro más favorable a empresas y visitantes. La feria Madrid Games Week es el gran encuentro de nuestro país para la industria del videojuego, profesionales y aficionados, que su última edición recibió a más de 139.200 visitantes. En ella se exponen cada año los últimos productos de electrónica para el ocio y juegos.



### MCR Gaming Virtual Experience, online

La cuarta edición del MCR Gaming Virtual Experience se celebró de manera online el 25 de junio, en horario de 9 a 15 horas, con tres sesiones de Escape Room por la tarde. La marca dividió las actividades que se llevaron a cabo en cuatro salas diferenciadas: auditorio, sala de exposición (un entorno lo más parecido posible a su zona homónima en una feria presencial, donde los visitantes podían descargar las novedades de cada empresa expositora, sala de networking y sala showroom, donde se presentaron nuevos productos.



### Photokina, en mayo del 2022

Después de intensas deliberaciones, Koelnmesse GmbH decidió cancelar Photokina 2020, prevista para el 27 al 30 de mayo de 2020. Ahora se conoce la fecha de la próxima edición de la principal feria internacional de fotografía, video e imagen: del 18 al 21 de mayo de 2022. De esta manera, según los organizadores, el traslado a 2022 concede a los involucrados el tiempo suficiente para diseñar la próxima Photokina contando con las necesidades del mercado de la imagen, ya inestable antes de la pandemia del Covid-19, y de expositores y visitantes.



### Gamescom 2020: récord de participación online

Gamescom 2020 (del 27 al 30 de agosto) fue pionera en muchos aspectos. En principio, tuvo lugar de forma puramente digital por primera vez debido a la pandemia del Covid-19. Además, englobó muchas novedades y ofertas de 370 empresas, y el programa complementario cautivó a millones de jugadores de más de 180 países frente a sus pantallas. El amplio interés en la feria también se hizo evidente en las redes sociales: así, dos desafíos TikTok generaron un total de alrededor de 300 millones de visitas.

**JUNTOS  
DAREMOS  
LA  
VUELTA  
A LA  
SITUACIÓN**

**sonitrón**

# #LavaTusExcusas con SteamCure de Beko

Descubre el beneficio del vapor para eliminar  
las manchas más fácilmente.



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

**beko**



MAIN PARTNER OF FC BARCELONA