

RESULTADOS DE LA
DISTRIBUCIÓN ELECTRO 2019

LOS SISTEMAS DE CLIMATIZACIÓN
POR **BOMBA DE CALOR**, UNA
OPCIÓN A CONSIDERAR

EL **PATINETE ELÉCTRICO** SE
AFIANZA COMO ALTERNATIVA AL
TRANSPORTE PÚBLICO

DAIKIN
Climatización

www.daikin.es



La calefacción que
cambia tu invierno

Dos veces eficaz. Dos veces Daikin

Porque no somos solo aire acondicionado.
También somos **expertos en calefacción** y agua caliente sanitaria.

Con soluciones como la aerotermia con la que
puedes tener todo en un mismo equipo.
Dos veces eficaz. Dos veces Daikin.

Una calefacción que, además, limpia y purifica el aire de tu hogar.



reddot award
winner



CONGA

7090



3DIANA

ARTIFICIAL INTELLIGENCE

El poder de la inteligencia artificial

Cecotec presenta el primer robot Conga con inteligencia artificial 3Diana. Va más allá de los robots aspiradores, es un tecnoasistente del hogar. Analiza situaciones y toma decisiones de limpieza, como lo harías tú. Identifica mascotas, objetos, desorden, excrementos y te informa de todo a tiempo real...

El futuro ya está aquí. Se llama Conga 7090.

cecpartners:

partners@cecotec.es

cecotec

435
En portada



sonitrón

4 Editorial

La campaña X

6 On - Off

8 Curiosidades

Actualidad

10 Entrevista con Pablo Espiga, Director Comercial de Zeeclo

13 La economía circular para ICP Tech.Solutions

14 Los electrodomésticos HygieneShield de Beko ayudan a combatir el Covid-19

16 Ingram Micro, cerca del canal, con su evento ONE Experience

18 Buenas vibraciones en el Foro AECOC de Bienes Tecnológicos

21 Nielsen destaca la incertidumbre del mercado para la recta final del año

22 Resultados de la distribución electro en 2019

28 Breves

Producto

30 Los sistemas de climatización por bomba de calor, una opción a considerar

38 Un año clave para la industria del videojuego: consolas, gaming mobile y PC

44 El patinete eléctrico se afianza como alternativa al transporte público

50 Productos de salud y cuidado personal, en auge durante la pandemia

Ferias

56 La feria Climatización y Refrigeración 2021 se retrasa a noviembre

57 Breves

58 Calendario



sonitrón

Dirección editorial direccion@globalcc.es
Dirección publicidad Luisa Perales l.perales@globalcc.es
Redactor jefe Javier Gómez javier.gomez@globalcc.es
Redacción Judit Gómez judit.gomez@globalcc.es
Anna Utgés anna@globalcc.es

Dirección arte / diseño Xavier Lanzas dsgn@globalcc.es
Suscripciones contabilidad@globalcc.es
Impresión Comgrafic, S.A.
 D.L.: B-33-762-67



La campaña X

■ En matemáticas se da la paradoja de que la incógnita más conocida, más famosa, es la X. Y quienes logran despejarla, son merecedores de las mejores calificaciones en la materia.

Como si estuviéramos viviendo una horrible pesadilla, el coronavirus hace que la campaña de Navidad 2020-2021 sea una verdadera incógnita. Con una parte importante de la población afectada económicamente, bien porque han perdido sus trabajos como consecuencia de la pandemia o porque han visto reducidos sus ingresos por los ERTes, el panorama no es nada alentador. Sobre todo, porque no alcanzamos a ver más allá. En este sentido, los recientes anuncios de efectividad de las vacunas aportan un halo de esperanza, pero para la primera mitad de 2021 en el mejor de los casos.

Por lo tanto, es muy posible que nos hallemos ante la campaña de Navidad más incierta de nuestra historia. Como seguro, a priori tenemos que se venderá más que en el resto del año. Ahora bien, la comparativa interanual no parece muy optimista. Falta saber si las tiendas estarán abiertas y si la gente podrá ir de compras. Y, en caso de que así sea, faltará comprobar si hay ánimos para comprar y para desquitarse de tanta mala racha. Ojalá marche la niebla y vuelva la confianza.



Miele



NUEVA GENERACIÓN 7000

**DESCUBRE LA GAMA
MÁS INNOVADORA DE MIELE**

MIELE.ES/GENERACION7000

#LifeBeyondOrdinary

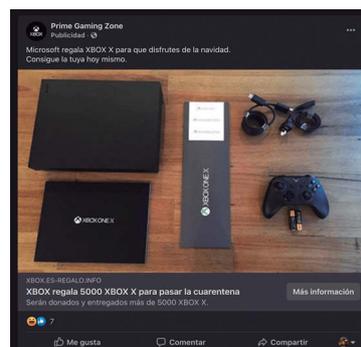
ON



■ Mitsubishi Electric Spanish Branch ha puesto en marcha una serie de donaciones de purificadores de aire para institutos de enseñanza secundaria y otros centros educativos. El objetivo de esta acción es favorecer la calidad del aire interior, dadas las actuales circunstancias con el riesgo de contagio de coronavirus por aerosoles. El primer centro en recibir estos dispositivos será el Instituto Enrique Tierno Galván, de Parla, en Madrid, al que asisten cerca de 1.500 alumnos. Con este tipo de aparatos, además de garantizar el ambiente sano en el interior de las aulas, se evita haber de mantener las clases abiertas todo el tiempo, algo especialmente incómodo ahora que llega el invierno.

OFF

■ Avast, empresa de seguridad digital, ha detectado un falso anuncio en Facebook que promociona un concurso para ganar la nueva consola de juegos Xbox Series X. Para poder aprovechar esta supuesta oportunidad, los usuarios deben hacer clic en el anuncio y serán redirigidos a un breve cuestionario. Una vez respondidas las preguntas, el usuario recibirá un mensaje de que ha sido premiado pero se le indicará que, para cobrar el premio, tendrá que compartir la promoción con cinco de sus contactos de WhatsApp. Ello hace que se vaya expandiendo la estafa sin recibir premio alguno. Este tipo de estafas, que se aprovechan del interés que suele despertar entre los usuarios el lanzamiento de un determinado producto, son cada vez más frecuentes en redes sociales, por lo que conviene recordar que *nadie regala duros a cuatro pesetas*.



SOGO®

Human Technology

easyCOOK PRO

ROBOT DE COCINA

1300W
MAX

POTENCIA

8

FUNCIONES
PREDEFINIDAS

3,5L

CAPACIDAD
JARRA INOX



PANTALLA
TÁCTIL



90 min.

TEMPORIZADOR



10 niveles

CONTROL
TEMPERATURA
37-120°C



WIFI

DESCARGA
RECETAS



BÁSCULA
INTEGRADA

ACCESORIOS



JARRA DE ACERO
INOX. 3,5 L



VAPORERA



TAPA DE LA JARRA



TAPÓN MEDIDOR



CESTA DE VAPOR



TAPA FUNCIÓN ROBOT
DE COCINA



EMPUJADOR



MEZCLADOR DE COMIDA



ESPÁTULA



MEZCLADOR MARIPOSA



CUCHILLA DISCO
REVERSIBLE



CUCHILLAS DE
ACERO INOX.

SS-14565



MÁS DE 100
RECETAS INTEGRADAS



www.sogo.es



Radio Muse 135 DBT

Como ni la tele, ni internet, ni Netflix han matado a la radio, que sigue gozando de buena salud, Muse Europe, compañía especializada en soluciones de audio, acaba de lanzar al mercado su receptor de radio M-135 DBT, un llamativo equipo de sobremesa que recuerda a los aparatos de otros tiempos. Cuenta con una pantalla TFT de 2,4 pulgadas, dos altavoces y sintoniza emisoras FM y DAB+. Su tecnología Bluetooth facilita la reproducción de música en streaming procedente de dispositivos compatibles. También tiene un puerto USB, alarma dual y botón "snooze". Su PVP es de 99.90 euros (IVA incluido).

www.muse-europe.com

Micrófono USB Yeti X World of Warcraft Edition

Siguiendo la estética retro nos llega este micrófono USB profesional para jugones. Desarrollado en colaboración con Blizzard Entertainment, Yeti X World of Warcraft Edition permite a los jugadores modificar sus voces para que suenen como habitantes de Azeroth utilizando el nuevo efecto de modulación de voz de Blue VO!CE. Yeti X ha sido personalizado para ofrecer un sonido de calidad de retransmisión superior para juegos a nivel profesional, streamings de Twitch, podcasts y vídeos para YouTube. La edición World of Warcraft de Yeti X presenta la tecnología Blue VO!CE mejorada, que hace que sea más fácil que nunca para los creadores de contenido marcar efectos vocales profesionales y ajustes preestablecidos personalizados con solo presionar un botón. Tiene un PVP de 209.99 euros. www.bluemic.com



Cerradura antiokupa Watchman Door

Watchman Door, compañía especializada en control de accesos, ha desarrollado una cerradura antiokupas, imposible de abrir mediante un destornillador o cualquier otra herramienta, que se activa por Bluetooth. El propietario de la vivienda tiene el control remoto del dispositivo, por lo que puede detectar en tiempo real cualquier tipo de vibración o intrusión mediante una alerta al móvil. Es una cerradura invisible desde fuera, por lo que resulta imposible saber a qué altura de la puerta está colocada.

www.watchmandoor.com



Micrófono inalámbrico Hooke Lav

Hooke Audio ha desarrollado Hooke Lav, el primer micrófono Bluetooth verdaderamente móvil, inalámbrico, portátil y de dos canales. Hooke Lav ha sido diseñado para audio de calidad profesional con 24 bit/48kHz, y grabación D/A en mono y dual. Dispone de 8 GB de almacenamiento interno. Con su diseño de clip de bajo perfil, se puede usar en actuaciones musicales, entrevistas, transmisión de noticias y eventos deportivos, en escuelas virtuales, juegos ... Es compatible con todas las redes sociales populares y plataformas de transmisión como YouTube, Zoom, Skype, Twitch, Facebook e Instagram. También, con todos los teléfonos inteligentes, tabletas y equipos de cámaras profesionales. www.hookeaudio.com



Espejo inteligente Play, de Nuovvo

El espejo Play de Nuovvo para baños incorpora dos tiras de luz LED, reloj digital, reproductor de música Bluetooth y dos altavoces de 3W cada uno. Este novedoso espejo cuenta con un sensor táctil situado en la parte inferior central que se activa con facilidad. Además es un espejo antivaho que impide que se empañe para una mejor visión y funcionalidad del usuario. El espejo Play de Nuovvo está disponible en dos formatos diferentes: 80x65cm y 100x65cm, ambos con un grosor de vidrio de tan solo 4 mm. Su forma rectangular y minimalista, encaja a la perfección en cualquier baño. www.nuovvo.com

Armario desinfectante LG Vapor Cleaner

LG Vapor Cleaner es un dispositivo a base de vapor que elimina de la ropa, en tan solo dos horas, el 99,99% de los virus, bacterias y alérgenos, incluyendo el coronavirus humano. Un complemento que utiliza la tecnología TrueSteam (única marca en calentar el agua a 100 °C para generar vapor) para refrescar diferentes tipos de prendas e incluso, para reducir los alérgenos en muñecos de peluche, mochilas y otros accesorios de los niños, sin manipulación personal y sin químicos añadidos. Está disponible en dos modelos, uno en acabado espejo, el S3MFC, con un precio de 1.799 euros; y otro en blanco, S3WF, por 1.599 euros. www.lg.com/es





Pablo Espiga

Director Comercial de Zeeclo

El foco en un producto de gama media-alta y la apuesta por una distribución que sepa cuidarlo son las armas con las que Zeeclo espera doblar este año su facturación, como nos explica su director comercial.

www.zeeclo.com

■ **Describe brevemente la progresión de Zeeclo desde su creación hasta ahora. ¿Cómo está siendo el comportamiento de su cifra de negocio en 2020 y cuáles son las previsiones para el cierre del ejercicio?**

En los inicios, apostamos por una presencia fuerte en el canal retail. Primero, porque el canal especialista aún no existía prácticamente y, además, porque era un canal que conocíamos por la experiencia que tenía el equipo en otros negocios. Ya en 2018, nos dimos cuenta de que no queríamos competir en la gama baja de precios, solo nos llevaba a tener que comprometer la calidad para poder competir. Cambiamos radicalmente la política de distribución y, con ello, nos enfocamos en el producto de gama media-alta y el canal especialista -que la valora más-. Esto supuso un paréntesis un poco duro al perder de golpe más de la mitad del volumen de ventas, que era soportado, en gran medida, por los grandes retailers. Pero sin duda fue una apuesta acertada. Aunque hemos tenido altibajos durante este último año, a partir de mayo las ventas van muy bien. Esperamos, al menos, doblar la cifra de 2019.

¿Cómo es la distribución de sus productos? ¿En qué canales están presentes? Dentro del canal electro, ¿con qué operadores están trabajando?

En el canal horizontal de centrales de compra estamos en toda la red de Segesa Redder. También vendemos mucho en tiendas especialistas no asociadas; en nuestras propias tiendas Zeeclo; en DMI; PC componentes; Amazon; Fnac; y Alcampo -en campaña con nuestra segunda marca-. Aparte, estamos en el canal de bicicletas y retailers deportivos.

¿Cuántos modelos figuran en su catálogo y de qué tipo?

Tenemos tres modelos en la gama de uso ocasional -Serie M-, 2 en la de uso intensivo -Serie U- y 2 en la que llamamos extreme -Serie X-, ya con prestaciones muy top.



¿Qué les diferencia de sus competidores?

Nadie tiene una gama tan completa como la nuestra. Somos una empresa española enfocada en construir, además de vender. La calidad y la experiencia de usuario es, sin lugar a dudas, nuestra prioridad. Escuchamos al usuario y hacemos modelos que encajan con lo que nos demanda.

Por otro lado, somos una marca exclusiva de movilidad que empezó su andadura muy al comienzo del auge del sector y contamos con ingenieros en China que innovan y mejoran cada producto continuamente.

¿Cómo tienen planteada la posventa con todo el tema de recambios?

Tenemos nuestro servicio técnico central en La Carolina (Jaén). Recogemos en casa del usuario, reparamos y devolvemos de nuevo -al usuario o a la tienda-. Esto, en condiciones normales, lleva un máximo de 7 días en total.

Además, tenemos una red de talleres asociados por toda España que puede dar servicio en proximidad si la gente lo prefiere. Dan el mismo servicio, pero no es in situ.

¿Cuánto de boom creen que le queda aún a este tipo de productos?

Creo que la movilidad eléctrica será una commodity. Todos tendremos un dispositivo en casa. De todas formas, no creo que estemos en el boom aún. Es cierto que hemos pasado el 'boom' de la novedad donde mucha gente compró por curiosidad o buscaba un juguete. Ahora, con la pandemia, ha habido otro repunte. Cuando acaben la normativa europea que los va a regular, si se comunica bien y hay claridad, entiendo que habrá otro y, luego, las ciudades y la sociedad se van a ir adaptando al uso de estos vehículos y el crecimiento no va a parar.

¿No es un riesgo depender exclusivamente de un solo tipo de producto como el patinete?

Las marcas de coches o motos solo hacen vehículos de este tipo. Y esa es nuestra intención con los patinetes. Hasta ahora ha sido una oportunidad de negocio en la que, en ciertas gamas, ha sido fácil hacer volumen. Fueron muchas las empresas que se iniciaron en este sector, entendemos que unos pocos nos quedaremos y, si queremos hacerlo bien, tenemos que estar enfocados. Hay empresas

especialistas que se dedican a un tipo de producto y lo hacen muy bien con un tamaño moderado. Otros, prefieren hacer muchos productos, pero o creas divisiones claras que se encarguen del producto como miniunidades independientes bien enfocadas o no lo harán con dedicación y no tendrá futuro en un sector que, insisto, no va a vender juguetes sino vehículos. Es tan sencillo como comparar la marca de bicicletas que vendes en una gran superficie o en una tienda de bicicletas; son productos muy distintos.

Describe el producto más destacado de su portfolio

Es complicado responder a esta pregunta, ya que cada patinete destaca en una cosa y todos tienen características realmente buenas.

En mi caso, yo uso el TITÁN. Para el que pueda permitirse el precio y no tenga que cargarlo a menudo, sin duda lo

recomendaría. Pero, si viviera en el centro de la ciudad, usaría el FÉNIX DUAL con doble motor. Mi mujer usa el ORIÓN con sus ruedas de 12" y cesta para llevar lo que quieras. Ahora bien, si usas el patinete en distancias largas, recomendaría el ELEKTRA por su gran batería.

Estas elecciones están basadas en el peso, el recorrido, la habilidad, las sensaciones que buscas..., cuestiones que solemos preguntar a los que nos compran para que tengan el patinete adecuado.

¿Cuál será y cuándo llegará su próxima novedad de producto?

Un nuevo ELEKTRA con suspensiones y doble tracción. Esperamos que en febrero de 2021, pero veamos cómo evoluciona la pandemia...



La economía circular para ICP Tech.Solutions



La economía circular forma parte de la filosofía de ICP Tech.Solutions. Por eso, la empresa ofrece a sus clientes un servicio posventa que va mucho más allá de la mera reparación de dispositivos.

■ La economía circular busca reducir tanto la entrada de materiales nuevos, como la producción de desechos, cerrando los bucles de los recursos. ICP contribuye a ello con servicios de reparación, puesta a nuevo y reutilización. En vez de fomentar la idea de consumir y desechar, reparando y reciclando se da una segunda vida a los productos.

Además de móviles o tablets, ICP Tech. Solutions repara pequeños y grandes electrodomésticos, patinetes, Smart TV y todo tipo de aparatos electrónicos. El impacto medioambiental que tiene deshacerse de estos dispositivos es muy elevado, por ello, las 3 "R"s de la economía circular toman especial importancia para la empresa.

Reducir: Los nuevos dispositivos electrónicos han de ayudar a reducir las emisiones de CO₂, a la vez que se establecen protocolos para eliminar los productos más derrochadores. ICP Tech. Solutions recomienda revisar y efectuar la reparación inmediata en caso de avería leve. Así se evitan

averías más graves o un exceso de consumo de recursos provocado por el desperfecto.

Reutilizar: ICP aconseja que las reparaciones las realicen profesionales expertos con piezas de repuesto originales.

Reciclar: El diseño del producto ha de contemplar materiales que permitan su reciclado. ICP también se encarga de sustituir y reciclar los dispositivos y las piezas inservibles.

Así, ICP contribuye a que productos que aún pueden utilizarse, no sean desechados. Por ello, desde la firma apuestan por la reparación y la puesta a nuevo, ya que en muchas ocasiones la mayor parte de las averías son fácilmente reparables mediante el remplazo de los componentes en mal estado o con mayor desgaste.

El objetivo de ICP Tech.Solutions es claro: llevar la tecnología al infinito, haciendo partícipes de esta iniciativa a todo su equipo, proveedores y colaboradores, promoviendo su filosofía corporativa, de consumo responsable y sostenible, para un mundo mejor.

www.techsolutions.icp.es

Los electrodomésticos **HygieneShield** de Beko ayudan a combatir el Covid-19

Beko presentó en octubre su nueva gama de electrodomésticos HygieneShield que, equipada con tecnologías como la luz ultravioleta, elimina más del 99% de gérmenes, virus y bacterias.



■ La gama está formada por siete electrodomésticos que, además de respetuosos con el medio ambiente, vienen a satisfacer las necesidades actuales de los usuarios en materia de higiene y desinfección. En este sentido, la nueva gama de electrodomésticos HygieneShield, equipada con

luz UV, incluye un frigorífico con un cajón especial para desinfectar alimentos; un horno; un lavavajillas; una lavadora; una lavadora-secadora; una secadora y una cabina higienizadora por luz UV, de aspecto similar a un microondas.

Una nueva realidad

La vuelta a los hogares y su consideración como refugio, la mayor conciencia medioambiental y la preocupación por la desinfección y la higiene son algunas de las tendencias que se han visto potenciadas como consecuencia de la pandemia. Por ello, la nueva gama obedece al deseo de la marca de satisfacer siempre las necesidades de los usuarios y está en línea con sus objetivos de sostenibilidad (no olvidemos que su matriz, Arçelik, ya ha alcanzado la neutralidad de carbono). La nueva gama HygieneShield fue presentada oficialmente a nivel internacional por el CEO de Arçelik, Hakan Bulgurlu, en un evento online en el que participaron expertos del sector médico, y de sociología para justificar el lanzamiento de cada uno de sus nuevos productos que eliminan, y están certificados por ello, más del 99% de virus y bacterias.

La nueva gama comenzará a llegar al mercado entre finales de este ejercicio y la primera mitad de 2021. De hecho en España está previsto que este noviembre esté ya disponible la secadora HygieneShield UV.

Electrodomésticos HygieneShield

El primero de los productos presentados es un frigorífico combi que incluye un cajón con luz ultravioleta que desinfecta los alimentos en su embalaje original. Elimina más del 99% de las bacterias y virus en aproximadamente 40 minutos.

La gama incluye también una secadora que elimina las bacterias y los virus y desinfecta la ropa. Para ello, su programa UV Refrescado Higiénico desinfecta hasta seis prendas de ropa seca. En la misma línea, también ofrece un programa de secado higiénico de luz ultravioleta que seca y desinfecta hasta 5 kg de ropa mojada. Por su parte, las nuevas lavadoras y lava-secadoras HygieneShield, gracias a un algoritmo inteligente, un canal de calefacción adicional y un sistema de ventilador, cuentan con un pro-

grama especial que llena el tambor de aire caliente y mantiene la ropa a 60°C, desinfectándola completamente, sin necesidad de agua. Este programa elimina el 99% de los virus y bacterias de hasta 2 kg de ropa en 58 minutos, ahorrando tiempo y dinero y protegiendo al planeta del uso de productos químicos y agua adicional.

La gama incluye también un horno con vapor saturado y calor que, además de cocinar, desinfecta. Para ello emplea el poder desinfectante del vapor saturado y el calor. Así, a 70°C durante 15 minutos desinfecta las superficies de los alimentos envasados e higieniza el exterior de los productos, sin afectar a su sabor y estructura. A 120°C desinfecta en 20 minutos artículos como tazones de metal y recipientes de vidrio. En cuanto al lavavajillas HygieneShield, presenta una función de higiene con vapor, así como funciones adicionales de aclarados a altas temperaturas. Gracias a su función HygieneIntense, los nuevos lavavajillas pueden ponerse en marcha con programas de desinfección de más de 60°C (durante el lavado principal) y 70°C (aclarado en caliente). Esta tecnología también implica que las temperaturas pueden mantenerse por encima de 60°C durante 50 minutos para desinfectar los utensilios de cocina. La función HygieneIntense proporciona también un aclarado adicional para aumentar aún más los niveles de higiene. Esta tecnología ha sido testada por la Universidad de Rhine-Waal, en Alemania.

Por último, la nueva gama incluye una cabina higienizadora UV, un aparato de aspecto parecido a un microondas, que utiliza la tecnología de luz ultravioleta para limpiar los artículos utilizados fuera de casa. Así, llaves, teléfonos, carteras, productos envasados de los supermercados, bolsas, biberones o juguetes pueden limpiarse de forma segura. En ciclos de entre 20 y 40 minutos, y sin dañar los objetos. Este ingenioso dispositivo portátil puede colocarse en cualquier lugar de la casa y resulta muy fácil de utilizar, gracias a su pantalla táctil.

Ingram Micro, cerca del canal, con su evento One Experience

Del 4 al 6 de noviembre tuvo lugar el evento virtual global, Ingram Micro One Experience, que sirvió para reunir, desde el miércoles al viernes, al mayorista con sus clientes. El evento combinó sesiones más generales, con otras específicas por mercados.



Jaime Soler, durante su intervención.

■ La sesión dedicada al mercado español se celebró el día 6 y estuvo conducida por el humorista José Corbacho. En la ponencia de bienvenida, el responsable de Ingram Micro para España, Jaime Soler, se refirió a la jornada como una oportunidad para compartir ideas y experiencias con el canal para hacer frente a los retos actuales. Soler repasó la situación durante la pandemia y dijo que ha contribuido a acelerar la transformación digital de las empresas y el teletrabajo. Esto se ha traducido en un incremento de la venta de equipos y periféricos, así como en soluciones de ciberseguridad y cloud.

El directivo de Ingram España recordó las donaciones efectuadas para ayudar a los afectados por la enfermedad, como material para impresión 3D o teléfonos móviles. Del apoyo a los clientes destacó la dilatación de pagos y soluciones específicas de financiación.

El mayorista ha sabido adaptarse a la actual situación, escuchando a los clientes para ofrecerles lo que demandan en cada momento. Esto se traduce, por ejemplo, en nuevas soluciones de seguridad física (control de accesos, medidores de temperatura...); también en todo lo que tiene que ver con las energías limpias.

De entre todas las interesantes ponencias de la edición española de Ingram Micro One Experience nos quedamos con la de Herminio Granero, dedicada a omnicanalidad y retail, y con la de Borja Gómez Carrillo, sobre la evolución de Xiaomi en España.

Omnicanalidad y retail

Herminio Granero, responsable del negocio de volumen de Ingram Micro, dijo que el retail ha sufrido una gran transformación a raíz del Covid19. Habló del reto de dar respuesta a un consumidor con nuevas necesidades con nuevos hábitos de compra que demandan omnicanalidad al cuadrado. Las tiendas físicas deben ofrecer experiencia de valor y los mundos offline y online han de complementarse.

Repasando el mercado de las tecnologías de consumo, dijo que durante lo más duro de la pandemia el canal de retail físico sufrió caídas importantes. Por contra, el canal online experimentó subidas como la del + 143% en mayo pasado. De enero a agosto, el canal offline acumuló una bajada del 15%, mientras que el crecimiento acumulado del canal online fue del 57%.

Por productos, las líneas de informática experimentaron un crecimiento del 20% hasta agosto. Entre enero y agosto, del total de las ventas del mercado por canales, el físico supuso el 67%, frente al 32,5% del online (sólo en abril el peso del online fue del 71%). Esto benefició a los que ya habían hecho los deberes, como Ingram Micro muy bien posicionada en el canal online.

Herminio Granero también repasó la evolución de los mercados de producto más significativos. Así, el de smartphones decreció en lo que va de año un 13%. Aquí, Ingram posee una cuota del 27,2%. El mayorista ha vendido 2,6 millones de unidades. Por su parte, el mercado de computing, creció un 4% (cuota de Ingram del 18,4%). Aquí, el mayorista lidera el mercado con los laptops de HP, Microsoft Surface y Apple. El de componentes y almacenamiento creció un 1,1% (Ingram tiene el 16%). En impresión, cayó un 2% (Ingram, el 14% de cuota).

La categoría de *Gaming*, en el acumulado del año, creció un 23% (Ingram tiene el 16,5% de cuota).

La de *Accesorios* creció un 9% (el mayorista posee aquí el 31%). En cuanto al mercado de *Smarthome*, ha crecido un 31%. Ingram Micro cuenta con el 18% de cuota. En *Wearables*, con un crecimiento del 14%, el mayorista posee una cuota del 26%. Por último, en *Movilidad Urbana*, con un incremento acumulado del 6%, llama la atención la cuota de mercado del 36% de Ingram Micro. Precisamente, el año pasado, Ingram vendió 100.000 patinetes eléctricos.

Xiaomi

Por su parte, el responsable de Xiaomi para España, Borja Gómez Carrillo, repasó la historia de éxito de la marca en nuestro país. Fundada en 2010, Xiaomi ya cuenta con más de 200 millones de usuarios en más de 90 países. En sólo 7 años, alcanzó los 15.000 millones de dólares de ingresos. Se trata de una empresa internacional que consigue el 45% de su facturación fuera de China. Es la cuarta marca de smartphones a nivel mundial y tercera de Europa. En España, en el primer y segundo trimestre de 2020, lideró el mercado de smartphones.

Esto es algo que ha logrado estando en el punto de venta, lo que les acerca al consumidor. No sólo en sus mi Store, de las que en España cuenta con 56, sino también en el resto de operadores. Gómez Carrillo ofreció más cifras, como que Xiaomi es número uno mundial en wearables de muñeca y que está en el top 5 mundial de smart TV. Asimismo, mencionó que a junio de 2020, había más de 271 millones de dispositivos conectados a su plataforma de IoT, excluyendo smartphones y ordenadores.

Para acabar, el responsable de la marca en nuestro país dijo que los tres pilares de la empresa son los smartphones, el nuevo retail e Internet. También recordó la filosofía de productos increíbles a precios honestos, basados en innovación, diseño, calidad y relación calidad-precio.

www.ingrammicrooneexperience.com

Buenas vibraciones, en el **Foro AECOC de Bienes Tecnológicos**

El pasado 6 de octubre y en formato virtual, se celebró el Foro AECOC de Bienes Tecnológicos, en el que participaron destacados profesionales del sector electro español, tanto del lado de los fabricantes como del de la distribución, física y online.



■ La sesión comenzó con los datos de mercado de GfK. Como explicó el responsable de retail de GfK para el mercado español, Fernando Gómez, las previsiones de la consultora apuntan a que este ejercicio 2020, el mercado de bienes tecnológicos en España sólo caerá un 2%.

Y ello será así, porque el confinamiento, a pesar del cierre de las tiendas, ha supuesto un regreso a los hogares que ha provocado que surjan oportunidades en el equipamiento del hogar. Ello explica el espectacular crecimiento de

dos dígitos de la familia de productos IT, cifrado en el 54% el pasado mes de junio. Además de la informática, otros productos con buen comportamiento fueron los relacionados con la higiene, la cocina o el tratamiento del aire.

El responsable de retail de GfK en nuestro país también explicó que, tras la fuerte caída del pasado mes de abril, el mercado de bienes tecnológicos se ha ido recuperando hasta estabilizarse en crecimiento cero el pasado septiembre. Y es precisamente esta tendencia de estabilización del mercado con la que seguramente se cierre todo 2020. Concretamente la consultora espera un ligero descenso del 2%.

Otro detalle comentado por Fernando Gómez fue el importante crecimiento registrado por el comercio electrónico, del 34% hasta julio. Evidentemente esta acusada alza se ha visto favorecida por el coronavirus. En este contexto

llama la atención especialmente el aumento de las ventas online por parte de las tiendas físicas.

De cara a 2021, el representante de GFK se mostró optimista hasta la primera mitad del año, que dijo que será relativamente buena. Sin embargo, manifestó sus dudas acerca de lo que pueda suceder a partir de julio en función de cómo esté la situación. Lo que también comentó Gómez es que posiblemente las dificultades vengan más de la oferta que de la demanda, porque comienza a haber problemas de aprovisionamiento y de roturas de stock.

PC Componentes y HP

Seguidamente, intervino el fundador y CEO de PcComponentes, Alfonso Tomás. El operador de venta online nacido en 2005, que emplea a 506 personas, espera cerrar 2020 con una facturación de 640 millones de euros. Tomás explicó este éxito por la estrategia centrada en crear experiencias de compra únicas con productos fiables y de calidad (60.000 referencias), además de con servicio.

En este segundo punto mencionó sus entregas en 24 horas como estándar, la opción de entrega en menos de una hora para determinadas ciudades y productos, y su flota propia de transporte con un 40% de cobertura a nivel nacional. A ello suma el big data, para perfeccionar y mejorar los sistemas de entrega. Otras claves citadas por el directivo de PcComponentes fueron una cultura de trabajo focalizada en la agilidad, que prioriza la capacidad de adaptación; la satisfacción del cliente; y la colaboración con start ups.

Por su parte, el Director del Negocio de 3D de HP, Ramón Pastor, habló de la importancia de la capacidad de reacción para poder hacer frente a crisis como la vivida, que no será la última. A ello ayuda el grado de digitalización de las empresas y la mentalidad colaborativa. Así, recordó cómo, a través de sus impresoras 3D y la de sus partners, pudieron hacer frente a las necesidades de producto del

sector médico en la peor fase de la pandemia. Su sistema de producción flexible permite producir bajo demanda lo que se necesita, cuando es necesario y donde se requiere. Para Pastor, el mayor riesgo en este tipo de situaciones es dejarse paralizar por el miedo.

El Corte Inglés

La segunda parte de la jornada comenzó con la intervención sobre omnicanalidad de José Javier Gordo, de El Corte Inglés. Explicó que al consumidor le atrae cada vez más el canal de ventas digital, y, especialmente, tras el Covid-19. Asimismo, mencionó las sinergias que el canal online tiene sobre el físico, como las mejoras de las ventas y las visitas al punto de venta. También dijo que el 75% de los usuarios declara haber comprado productos porque los ha visto en las redes sociales, lo que subraya el papel prescriptor de este canal.

Gordo dijo también que no hay marcha atrás para la digitalización y que incluso los pagos en tiendas físicas se harán de forma digital. En la misma línea, habló de omniexperiencia como el siguiente paso. Un concepto que hace referencia a una misma experiencia en todos los canales. Por último, señaló cinco áreas a potenciar para abordar la omnicanalidad:

- Experiencia (en la tienda física, la web y la app) para facilitar en todo las compras.
- Personalización, con un CRM que permita manejar la información de los clientes.
- Cadena de suministro, para optimizarla con entregas lo más rápidas posible.
- Tecnología.
- Modelo operativo, que la organización sea verdaderamente omnicanal.

Como anécdota de omnicanalidad bien entendida, apuntó que durante la pandemia potenciaron, con muy buenos resultados, la venta telefónica.

IKOHS

El CEO de la marca de electrodomésticos aspiracionales a precios asequibles, IkoHS, Luis Monserrate, explicó los canales en los que trabaja su empresa (tienda online propia, marketplaces y retail). Y los pros y contras de cada uno. Así, su propia tienda online les permite un control total sobre su estrategia de marca y precios, así como la cadena de suministro. El principal problema en este canal es la falta de tangibilidad de sus productos, algo que tratan de compensar con contenidos enriquecidos y vídeos de demos, por ejemplo.

En cuanto al retail, donde trabajan fundamentalmente a nivel nacional con Worten y Carrefour, presenta como ventajas su alcance, su tangibilidad, la confianza que genera y el fortalecimiento de la imagen de marca. Por contra, supone para el fabricante renunciar a parte del control, en precios, calendarios, rentabilidad, y supone menor agilidad y flexibilidad.

Para Monserrate, aquí la clave está en la colaboración de todas las partes implicadas, porque el mercado es cada vez más digital, pero la experiencia física es la que marcará la diferencia. Además, como los grandes digitales serán cada vez más grandes, es necesaria la colaboración entre marcas y distribuidores. El CEO de IkoHS también comentó que categorías como hogar, salud y bienestar están funcionando muy bien y seguirán así. Para acabar, apuntó que está por llegar una gran revolución para el comercio online y que estará centrada en la venta por voz.

MediaMarkt

La última intervención del Foro AECOC de Bienes Tecnológicos, fue la del CEO de MediaMarkt España, Alberto Álvarez Ayuso. El principal responsable de la cadena en nuestro país se refirió a su equipo, los clientes y la sociedad como los principales activos de la compañía. Álvarez

Ayuso comentó que la ecuación producto-precio ya es historia para MediaMarkt y que por eso la cadena se ha centrado en la comercialización de soluciones y servicios que les permitan establecer una relación a largo plazo con los clientes. En este sentido, mencionó la venta de seguros de contratos de suministros energéticos, de líneas telefónicas, de instalaciones de placas fotovoltaicas...

Dentro de este modelo de negocio, el equipo- y formado por 6.700 trabajadores en nuestro país- es fundamental. Por eso, puso en valor la formación para la generación de talento en el punto de venta, la conciliación de la vida laboral y familiar, y el reconocimiento de sus trabajadores, de manera que la gente se sienta orgullosa de trabajar en la empresa. Respecto a los clientes, el modelo buscado es relacional y duradero, de acompañamiento mediante la oferta de servicios y soluciones.

El tercero de los activos de la marca es la sociedad. Para Álvarez Ayuso, el Covid-19 nos ha enseñado que las empresas han de tener un compromiso con la sociedad y la que no lo tenga, no sobrevivirá. Así, dijo que las organizaciones tienen el deber de hacer y dejar una sociedad mejor para las próximas generaciones. En este punto, mencionó las colaboraciones de MediaMarkt con varias ONG's, el lanzamiento de la marca New Life de productos de segunda mano, y un modelo de pago por uso de productos. Porque dijo que las nuevas generaciones valoran más el disfrute de los productos, que su propiedad.

El CEO de MediaMarkt se refirió al foco actual de hacer sus tiendas más seguras y rápidas. Y anunció la próxima apertura de otro tipo de establecimientos más pequeños en ciudades de hasta 100.000 habitantes. Estas tiendas funcionarán también como centros logísticos de las operaciones online y como puntos de servicio al cliente. Para Álvarez Ayuso las tiendas son importantes, pero dijo que son teatros y los teatros, sin actores, en referencia a su equipo humano, no atraen al público. www.aecoc.es

Nielsen destaca la incertidumbre del mercado para la recta final del año

Los resultados de la encuesta de la consultora Nielsen, Digital Consumer Survey 2020, realizada en el tercer trimestre del año, reflejan la mayor predisposición a no gastar por parte de los españoles en la próxima campaña de Navidad, por las incertidumbres derivadas de la pandemia.

■ El pasado 5 de noviembre, Maira Barcellos, Directora de Medios de Nielsen para España y Portugal, presentó los resultados del estudio *Digital Consumer Survey 2020*, sobre los consumidores españoles en el tercer trimestre. Así, la intención de compra para finales de este 2020 se ve afectada por la incertidumbre. En este sentido, los resultados mayoritarios apuntan a menos compras, y a compras de productos estrictamente necesarios. El 27% asegura que comprará sólo aquello que considere prioridad. El 21% dice que comprará menos para ahorrar, y un 14% apunta que seguirá comprando de manera habitual.

El hecho de que se presente una recta final de año marcada por la menor intención de compra, como consecuencia de la crisis, hace que cobren especial importancia las ofertas y descuentos. La encuesta de Nielsen también confirma el grado de digitalización del consumidor español, que pasa el 45% de la semana conectado, haya pandemia o no. Esto son 74 horas a la semana de media.

En este sentido, el 82% de los encuestados reconoce que la tecnología forma parte de su día a día. Y el 95% dice que utiliza su smartphone a diario (el 100% en el grupo de jóvenes de 16 a 20 años).

Por tipo de dispositivos, tras el teléfono las otras herramientas que sirven a los usuarios para estar conectados son el ordenador (el 75% los usa); las smart TV (38%) y los altavoces conectados. Estas dos últimas categorías crecen a raíz del confinamiento. En cuanto al uso mayoritario que se da a cada dispositivo, el smartphone manda a la hora de revisar las redes sociales (83%); mientras que el ordenador se prefiere para la búsqueda de información (72%) y las tablets, para jugar (31%).

A la hora de analizar la ruta de la compra que sigue el consumidor español, esta arranca mayoritariamente en el canal online con la búsqueda de información (un 57%).

Resultados de la distribución electro en 2019

En 2019 nada hacía presagiar la enorme crisis que se avecinaba para el presente ejercicio 2020, como lo demuestran los datos de las empresas del sector consultados en el Registro Mercantil.

■ Nuestro tradicional reportaje sobre los resultados de la distribución electro hemos querido hacerlo este año de una manera diferente. Así, en lugar de mostrar los datos que facilitan las propias empresas hemos buceado en el Registro Mercantil para encontrar los datos declarados por las firmas del sector.

Por lo tanto, ofrecemos en esta ocasión los resultados (el importe de la cifra de negocio) depositados por las empresas relativos al último ejercicio. En este sentido, la mayoría de registros corresponden al ejercicio 2019, si bien hay también del año 2018 y anteriores.

Algunos detalles

En cuanto a las sociedades consultadas, incluimos la mayoría de tiendas de MediaMarkt en España, además de casi todas las sociedades de los grupos de la distribución

Los resultados de las empresas del sector de la distribución electro que operan en nuestro país muestran un vigor que se ha visto resentido este 2020 por el cierre de establecimientos físicos por la pandemia.

horizontal (como Sinersis, Conzentria y Segesa Redder), y otros operadores tanto del canal offline como del online.

De ahora en adelante, a partir de dichos datos, el objetivo es ir mostrando la evolución interanual de las empresas del sector y establecer una especie de clasificación agrupada en los próximos reportajes. Asimismo, se irán incorporando nuevos registros de firmas comercializadoras de electrodomésticos en nuestro país.

Empresa	Cifra de negocio 2019
■ BARCELONA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	62.866.603,00 €
■ PALMA DE MALLORCA SA ^(D)	45.079.039,00 €
■ GIRONA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA	43.001.966,00 €
■ SAN SEBASTIAN DE LOS REYES VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	41.457.664,00 €
■ MATARO VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	36.127.155,00 €
■ ALCORCON VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA	34.542.928,00 €
■ BARAKALDO VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SOCIEDAD ANONIMA ^(D)	33.855.360,00 €
■ ALACANT VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA	33.234.857,00 €
■ SIERO VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA	32.329.474,00 €
■ EL PRAT VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	31.823.482,00 €
■ TERRASSA SA ^(D)	31.378.106,00 €
■ MAJADAHONDA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	30.853.448,00 €
■ PARETS DEL VALLES SA ^(D)	29.738.839,00 €
■ SANT CUGAT DEL VALLES VIDEO TV HIFI ELEKTROCOMPUTER FOTO SA ^(D)	29.482.203,00 €
■ TARRAGONA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	29.179.936,00 €
■ DIAGONAL MAR BARCELONA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO S.A ^(D)	28.960.499,00 €
■ TELDE VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO S.A ^(D)	28.559.273,00 €
■ CORDOVILLA PAMPLONA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	28.428.437,00 €
■ TENERIFE VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	27.845.168,00 €
■ ALCALA DE HENARES VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	27.746.303,00 €
■ LLEIDA SA ^(B)	26.612.128,00 €
■ VALENCIA CAMPANAR VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	26.575.067,00 €
■ DONOSTI VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA	26.058.365,00 €
■ 3 DE MAYO SANTA CRUZ DE TENERIFE SA ^(D)	25.201.770,00 €
■ GAVA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	24.596.239,00 €
■ ALFARFAR VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	24.495.681,00 €
■ MADRID PLENILUNIO VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	24.354.430,00 €
■ A CORUÑA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA ^(D)	24.294.000,00 €
■ CASTELLO DE LA PLANA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	23.765.562,00 €
■ MADRID CASTELLANA SA	23.738.712,00 €
■ LAS ARENAS SOCIEDAD ANONIMA ^(C)	23.697.296,00 €
■ L'HOSPITALET VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	23.341.821,00 €
■ PALMA DE MALLORCA FAN SA ^(C)	23.273.322,00 €
■ RIVAS VACIAMADRID VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	23.253.159,00 €
■ LEGANES VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	23.156.226,00 €
■ LAS PALMAS DE GRAN CANARIA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA ^(D)	23.153.699,00 €
■ MADRID BENLLIURE SA ^(D)	23.027.897,00 €
■ MALAGA-PLAZA MAYOR SA ^(B)	22.918.584,00 €
■ SANTANDER VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA ^(C)	22.427.899,00 €

Nota: Cifra de negocio referente a años anteriores: (A) 2002 (B) 2016 (C) 2017 (D) 2018

Empresa	Cifra de negocio 2019
■ VITORIA GASTEIZ VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(B)	22.310.750,00 €
■ ZARAGOZA PUERTO VENECIA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(B)	22.303.423,00 €
■ GETAFE VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO S.A.	22.217.364,00 €
■ GRANADA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SOCIEDAD ANONIMA ^(D)	21.670.450,00 €
■ MURCIA-NUEVA CONDOMINA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	21.394.189,00 €
■ MALAGA CENTRO VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	21.288.973,00 €
■ ALCALA DE GUADAIRA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	21.280.054,00 €
■ ORIHUELA SA ^(D)	21.157.582,00 €
■ FINESTRAT SA ^(D)	21.101.584,00 €
■ LOGROÑO VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	20.728.220,00 €
■ VALLADOLID VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	20.022.981,00 €
■ PUERTO REAL VIDEO TV HIFI ELECTRO COMPUTER FOTO SA	18.652.290,00 €
■ HUELVA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	18.403.079,00 €
■ SEVILLA SANTA JUSTA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SOCIEDAD ANONIMA ^(D)	18.219.883,00 €
■ LOS BARRIOS VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	18.201.177,00 €
■ TOLEDO SA ^(D)	17.890.871,00 €
■ VIGO VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	17.757.750,00 €
■ SALAMANCA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	17.568.486,00 €
■ CORDOBA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	17.161.364,00 €
■ LEON VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(C)	16.997.179,00 €
■ GANDIA SA ^(D)	16.972.511,00 €
■ JEREZ DE LA FRONTERA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	16.815.507,00 €
■ CARTAGENA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	16.473.422,00 €
■ ELCHE VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO S.A ^(D)	16.412.098,00 €
■ MADRID VILLAVERDE VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA	16.208.787,00 €
■ ISLAZUL MADRID SA	16.191.510,00 €
■ SAN JUAN DE AZNALFARACHE VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO S.A ^(D)	15.744.996,00 €
■ ZARAGOZA VIDEO-TV-HIFI-ELEKTRO-COMPUTER-FOTO SA ^(C)	14.831.502,00 €
■ COLLADO VILLALBA SA ^(D)	14.497.842,00 €
■ MASSALFASSAR SA ^(B)	14.428.757,00 €
■ MURCIA VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(D)	14.128.887,00 €
■ QUART DE POBLET SA ^(D)	14.050.882,00 €
■ ANTIAGO DE COMPOSTELA SA	13.485.932,00 €
■ BADAJOZ SA ^(C)	12.860.784,00 €
■ FERROL SA ^(D)	12.292.678,00 €
■ ALBACETE VIDEO TV HIFI ELEKTRO COMPUTER FOTO SA ^(C)	11.397.242,00 €
■ DIGITAL STORE SA ^(C)	9.576.548,00 €
■ LORCA SA ^(D)	9.523.921,00 €

Nota: Cifra de negocio referente a años anteriores: (A) 2002 (B) 2016 (C) 2017 (D) 2018

Empresa	Cifra de negocio 2019
■ ELECTRODOMESTICS CANDELSA, SA ^(D)	70.722.013,72 €
■ PROSELCO, SA ^(D)	62.369.213,18 €
■ COMERCIALIZADORA ELECTRODOMÉSTICOS, SA	53.213.589,00 €
■ SOCIEDAD ANÓNIMA DE COMERIO Y SERVICIOS ELECTRODOMÉSTICOS	47.005.343,05 €
■ ELECTRODOMÉSTICOS DIVELSA, SA	36.495.908,35 €
■ COARCO FERRETERÍAS DE CANARIAS ^(A)	34.076.607,04 €
■ IDEA HOGAR ELECTRODOMÉSTICOS, SL ^(D)	28.074.047,30 €
■ CADENA ESTRELLA AZUL	27.450.403,74 €
■ SÁNCHEZ GINER I, SA ^(D)	24.848.695,59 €
■ TIANEL-SUR, SL	22.498.646,63 €
■ COMERCIANTES ELECTRODOMÉSTICOS CORDOBESES	22.179.546,04 €
■ UNIÓN GALLEGA DE ELECTRO, SA ^(D)	21.443.947,04 €
■ GRUPO VERE-85, SA ^(D)	16.338.144,80 €
■ COMERCIANTES ELECTRODOMÉSTICOS DE ALICANTE (CELSA)	15.985.610,47 €
■ VIGUESA DE COCINAS, SA	13.888.133,10 €
■ UNIDO, SA	12.058.047,36 €
■ GRUPO DE COMPRAS DEL SUR, SA ^(D)	11.938.872,57 €
■ CASLE, SA	10.261.802,68 €
■ GRUPO DE ELECTRODOMÉSTICOS ASOCIADOS, SL	6.856.497,16 €
■ LORENZO ROMÁN, SA	6.666.809,11 €

* No figuran todas las sociedades.

Nota: Cifra de negocio referente a años anteriores: (A) 2002 (B) 2016 (C) 2017 (D) 2018



Empresa	Cifra de negocio 2019
■ DMI COMPUTER, SA	108.181.880,44 €
■ NEUMESSE, SL ^(D)	41.553.223,49 €
■ RADIO CARRERA, SA ^(D)	40.582.225,64 €
■ CENTRAL DE ELECTRODOMÉSTICOS DEL NOROESTE (CENOR) SL	32.876.841,17 €
■ ELECTRODOMÉSTICOS PLADISEL, SL ^(D)	27.717.850,42 €
■ JOAQUÍN FERNANDEZ, SA (TODOMESTIC)	24.554.451,41 €
■ ASOCIACIÓN DEL MUEBLE Y ELECTRODOMÉSTICOS, S	20.870.195,68 €
■ INSON, SA ^(D)	20.309.105,25 €
■ GARDE ELECTRODOMÉSTICOS ANDALUCÍA, SL ^(D)	19.681.078,59 €
■ CEDECASA COMERCIANTES DE ELECTRODOMÉSTICOS DE CANARIAS	16.557.998,34 €
■ CAYPRE ELECTRODOMÉSTICOS	14.829.667,27 €
■ ABE ELECTRODOMÉSTICS	14.300.125,26 €
■ EURO ELECTRODOMÉSTICOS EXTREMADURA, SL ^(D)	13.785.869,97 €
■ MEDIRED COMERCIAL, SL ^(D)	12.855.430,79 €
■ ZARIQUIEGUI, SL (ELECTRODOMÉSTICOS BOMBAY) ^(D)	9.249.358,67 €
■ ELECTRODOMÉSTICOS DEL SURESTE, SL (DIMESA)	5.369.291,38 €
■ YTELVA DISTRIBUCIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS, SL ^(D)	4.882.989,75 €
■ MEDIRED GESTION SL	1.393.230,02 €

Nota: Cifra de negocio referente a años anteriores: (A) 2002 (B) 2016 (C) 2017 (D) 2018




www.tiendasactiva.com

Activa

Empresa	Cifra de negocio 2019
■ ACTIVA SHOPS, SA ^(C)	96.301.931,04 €
■ ACTIVA LUCAS, SL	41.647.477,00 €
■ COMERCIAL OJA SLU	27.700.110,12 €
■ GRUPO COMERCIAL GALLEGO, SA	19.009.963,17 €
■ ACTIVA LA MEJOR COMPRA ELECTRODOMÉSTICOS, SL	18.897.440,30 €
■ ACTIVA HOGAR, SA ^(C)	4.392.639,44 €


www.expert.es

Expert

Empresa	Cifra de negocio 2019
■ UNIÓN ELECTRODOMESTICA BALEAR, SA (UNEBSA) ^(D)	25.357.101,07 €
■ SUMINISTRO DE ELECTRODOMÉSTICOS, SA (SUESA) ^(D)	19.228.237,85 €
■ ASOCIACIÓN CANARIA DE ELECTRODOMÉSTICOS, SA (ACADESA) ^(D)	9.261.568,87 €
■ AGRUPACION DETALLISTAS ELECTRODOMESTICOS FEDERAL FADESA SA	2.402.579,69 €
■ EXPERT NORDEN ELECTRODOMÉSTICOS, SA	119.869,52 €
■ EXPERT DISTRIBUCIÓN ELECTRODOMÉSTICOS DEL SUR, SL	43.471,78 €

* No figuran todas las sociedades.

** Según Conzentría su facturación en 2019 alcanzó los 321,77 millones de euros (sin IVA), el 4,0% más que en 2018.

Otras empresas del sector

Empresa	Cifra de negocio 2019
■ PC COMPONENTES Y MULTIMEDIA SL	404.184.572,54 €
■ GRANDES ALMACENES FNAC ESPAÑA	378.246.997,65 €
■ ELDISSER, SA ^(D)	181.957.299,48 €
■ GESTAWEB 2020 SL (ELECTROCOSTO) ^(D)	18.356.852,11 €

Nota: Cifra de negocio referente a años anteriores: (A) 2002 (B) 2016 (C) 2017 (D) 2018

Taurus facturó más de 200 millones

Taurus Group superó en 2019 los 205 millones de facturación, el 1,3% más que en 2018. El fabricante de PAE explica el crecimiento por la buena evolución del negocio en la región EMEA y Norteamérica. Por su parte, el EBITDA alcanzó los 18,2 millones de euros. Así, Taurus cerró 2019 con un resultado neto de 9,9 millones de euros, lo que presenta un 4,8% sobre ventas.

Activa: patrocinios Atresmedia

Tiendas Activa se ha aliado con Atresmedia para patrocinar sus espacios de televisión. Desde el 16 de noviembre, la compañía sponsoriza varios espacios emitidos en la cadena de televisión Antena 3. Además, Activa sigue teniendo presencia en la U televisiva de los partidos de fútbol.

Grundig y el Festival Loop de Barcelona

Grundig volvió a patrocinar el Festival de Videocreación Loop, celebrado en Barcelona, del 10 al 22 de noviembre. La muestra incluyó este año actos presenciales y virtuales. El evento pone el foco en la creación artística local y temáticas que reflejan las preocupaciones del momento actual.

Acuerdo entre Cecotec y Huawei

Cecotec ha llegado a un acuerdo con Huawei para incluir sus plataformas para poder controlar sus electrodomésticos desde el móvil en el ecosistema App Gallery de Huawei. Asimismo, la compañía china comercializará algunos de los productos del catálogo de Cecotec en sus tiendas físicas y espacios Huawei.

Nuevas Mi Store

Xiaomi sigue su expansión de tiendas, en línea con su pilar de negocio New Retail. Sólo en noviembre de este año abrieron nuevas Mi Store en Toledo, Huelva, Tenerife y Barcelona. De esta manera, la marca busca facilitar que los usuarios entren en contacto con sus productos, reforzando su compromiso con los consumidores y Mi Fans de España.

Resultados Consumo Ingram Micro

El mayorista tecnológico Ingram Micro ha incrementado el peso de su negocio de consumo un 3% en los nueve primeros meses de 2020. De esta manera, ahora representa el 48,5% del total de su facturación. Mientras que entre enero y septiembre, el mercado creció un 1%, el negocio del mayorista lo hizo un 9,5%.

La ventada electrodomésticos, esencial

Las restricciones impuestas en noviembre por la segunda oleada de la pandemia llevaron a las patronales ANGED, FECE, FAPE y ANFEL a pedir al Gobierno que la venta de electrodomésticos sea considerada como actividad esencial, para asegurar que las tiendas pueden permanecer abiertas dando servicio.

Más visitas a la web de Fersay

El confinamiento y las restricciones a causa de la pandemia han incrementado el tráfico en la web de Fersay exponencialmente. Sobre todo, por las entradas de usuarios finales que buscan un repuesto o accesorio. En concreto, respecto al mismo periodo del año 2019, las visitas han aumentado un 60%. El 56% de los usuarios de la web de Fersay son hombres, la mayoría con entre 35 y 59 años.

Digitalización del retail

La crisis del Covid19 ha creado un nuevo escenario, obligando a las empresas, en pocos meses, a redefinir sus estrategias de negocio a medio y largo plazo. Es el caso del sector retail, en el que 8 de cada 10 empresarios consideran que los principales retos del sector pasan por: mejorar la visión del consumidor, gestionar la omnicanalidad y digitalizar la tienda física.

MediaMarkt Jaén

En noviembre, MediaMarkt inauguró su primera tienda en Jaén. El nuevo establecimiento, de 1.880 m², se sitúa en uno de los centros comerciales de referencia de la provincia, Jaén Plaza. Con esta tienda, la compañía aterriza en la capital jienense consolidando su expansión en Andalucía, donde cuenta con 15 tiendas.

Más ventas de PCs y tablets en 2020

La consultora IDC prevé para este año 2020 un crecimiento de las ventas globales de ordenadores personales (PC) y tablets del 3,3%. La subida se explica por el teletrabajo y por las necesidades de educación a distancia provocadas por el confinamiento y las medidas restrictivas por la pandemia.

Denuncia telemática de hurtos

El Ministerio del Interior pondrá en marcha un mecanismo de denuncias telemáticas por hurtos, directamente en las tiendas. AECOC, la Asociación de Empresas de Fabricantes y Distribuidores, ha participado activamente en su diseño. El protocolo permitirá tramitar in situ y de forma telemática las denuncias de hurto cuando el autor sea sorprendido en el acto.

Nueva Digital Store de Miró

Miró Electrodomésticos abrió en noviembre, en la localidad de L'Hospitalet de Llobregat, su segunda Digital Store, tras la de Sarriá, en Barcelona. Este nuevo tipo de establecimientos, de menor superficie, busca fusionar el concepto de tienda de proximidad con una amplia oferta de productos y servicios enfocada al entorno digital.

B&B Trends adquiere Calma y Valory

B&B Trends ha negociado con la chilena SCN S.A. la adquisición de dos de sus marcas: Calma, en el mercado de ventilación y calefacción; y Valory, de pequeño aparato electrodoméstico. Ambas son marcas líderes en sus respectivos sectores. Un factor que ayudará a consolidar la presencia del grupo en Chile.

Smeg celebra los 70 años de Snoopy

Con motivo del 70 aniversario del nacimiento de Snoopy, Smeg ha decidido homenajear a este personaje de cómic con una edición especial de su minifrigorífico familiar FAB 10. El electrodoméstico está decorado con la imagen del famoso beagle protagonista de la tira cómica Peanuts, creada por Charles Schulz.

Electrolux y la economía circular

Electrolux sigue apostando por la economía circular en el sector electrodomésticos. En esta ocasión, ha desarrollado una aspiradora fabricada con materiales 100% reciclados y reutilizados. Para este proyecto, el grupo ha colaborado con la compañía sueca Stena Recycling. Una marca especializada en reciclaje industrial.

Los sistemas de climatización por **bomba de calor**, una opción a considerar

Renovar la vieja caldera de gas por nuevos equipo de climatización más modernos y eficientes como las bombas de calor aerotérmicas puede ser una opción a considerar. Analizamos esta tecnología.

■ Como explica un documento de AFEC, la Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización, firmado por Manuel Herrero, la bomba de calor puede definirse como una "máquina térmica que, utilizando un gas refrigerante en un ciclo termodinámico cerrado, transfiere calor del entorno natural, aire, agua o tierra, a un edificio, invirtiendo el flujo natural del calor, de modo que fluya de una temperatura más baja a una más alta".

En este sentido, los equipos con bomba de calor permiten calentar espacios aprovechando el calor disponible en un medio exterior (aire, agua o tierra) que está a menor temperatura. Asimismo, también pueden realizar la operación inversa: enfriar dichos espacios expulsando el calor a un medio exterior que se halla a mayor temperatura.

Al capturar el calor existente en el exterior, hacen uso de energía procedente de fuentes renovables, bien sea el aire

(aerotermia), el agua (hidrotermia) o el terreno (geotermia). La energía captada de fuera, más la energía eléctrica de accionamiento del equipo les permite transportar una cantidad de energía térmica muy superior. Esto se traduce en un efecto "multiplicador" que les confiere una eficiencia muy elevada.

Para realizar esta transferencia de calor, las bombas de calor aprovechan la alta capacidad que tienen los fluidos refrigerantes para ceder calor cuando cambian de estado gaseoso a líquido, y de absorber calor cuando realizan el proceso contrario.

Sus ventajas

Entre las ventajas de esta tecnología, AFEC cita varias. Así, en primer lugar, la asociación de fabricantes menciona el confort que son capaces de generar, lo que se traduce en



un ambiente saludable al mantener la temperatura ambiental adecuada en todo momento gracias a su elevada capacidad de regulación.

Otro aspecto destacable es el de su eficiencia. En este sentido, las bombas de calor multiplican la potencia eléctrica o térmica con la energía capturada de fuentes externas naturales y gratuitas.

Asimismo, dado que solo una parte de la energía térmica producida corresponde a la energía eléctrica o térmica absorbida, los costes se reducen. Por otro lado, requieren un mantenimiento muy sencillo. Además, al estar formados por circuitos de refrigerante cerrados, no requieren recargas de gas.

Igualmente, como solo consumen energía eléctrica, evitan el suministro de gas en el hogar, minimizando riesgos de fugas o explosiones y evitando este tipo de suministros. En cuanto a utilidad, las bombas de calor pueden proporcionar calefacción, refrigeración y agua caliente, lo que permite utilizarlas durante todo el año.

Por su parte, desde el blog de arquitectura sostenible ecoesmás, definen a las bombas de calor aerotérmicas

como una bomba de calor convencional (los aires acondicionados inverter que todos conocemos), cuya eficiencia es tan elevada que se las considerara como una fuente de energía renovable. Igualmente, a diferencia de las bombas de calor convencionales, la aerotermia puede emplearse para calentar el agua de consumo habitual, además de para instalaciones de calefacción de baja temperatura, una doble funcionalidad que no permiten las primeras por su menor eficiencia.

Como en la mayoría de sistemas inverter bien conocidos, las bombas de calor por aerotermia también utilizan dos unidades, una para el interior de la vivienda y otra para el exterior.

Entre los “peros” que podrían ponerse a esta tecnología, siguiendo los argumentos de *ecoesmás* figura que su funcionamiento es realmente óptimo si se utiliza para radiación de baja temperatura o calefacción por aire, de lo contrario se reduce su capacidad de ahorro. Por lo tanto, la mejor opción es utilizarla con suelo radiante o con radiadores de baja temperatura.

En las páginas siguientes mostramos algunas soluciones de bombas de calor de las principales marcas del mercado.

www.bombadecolor.org

Daikin



Daikin Stylish: bomba de calor en invierno y aire acondicionado en verano

Daikin Stylish es un sistema de climatización que combina la elegancia de un diseño atractivo y elegante con la más alta tecnología, permitiendo su uso durante todo el año, ya que ofrece calefacción en invierno y aire acondicionado en verano.

Esta unidad consigue unir la funcionalidad con una estética superior. La elegancia de sus líneas curvas permite que se adapte a cualquier espacio interior, a lo que ayudan sus 189 mm de profundidad, que la convierten en una de las unidades más compactas del mercado.

Dentro de sus equipos residenciales, Daikin Stylish presenta un nuevo diseño y es prácticamente inaudible, con un ventilador que ofrece una alta eficiencia con niveles sonoros reducidos (solo 19 dbA), lo que permite un funcionamiento silencioso del dispositivo. Además, la unidad Daikin Stylish ofrece el llamado "efecto Coanda", el cual crea patrones de flujo de aire diferentes en función de si la unidad está en modo aire acondicionado o calefacción, evitando así las corrientes de aire a la vez que se proporciona una temperatura más estable y confortable.

Además, para mejorar la calidad del aire de la estancia, Daikin Stylish incluye la tecnología Flash Streamer, que elimina las partículas, alérgenos y malos olores, proporcionando un aire interior totalmente limpio. A todas estas ventajas se suma la eficiencia energética del modelo, con una clasificación A+++ , lo que , unido al gas refrigerante ecológico R-32, se traduce en un impacto medioambiental mínimo.

Para crear un clima confortable, Daikin Stylish incluye también un sensor térmico que calcula la temperatura ambiente y distribuye el aire uniformemente por toda la habitación antes de cambiar a un patrón de flujo de aire que dirija el aire cálido o frío a las zonas que lo necesitan.

A nivel de uso, Daikin Stylish destaca por incorporar también control WIFI de serie para supervisar y controlar todas sus funcionalidades a distancia mediante sistemas Apple o Android. Esta conexión inalámbrica denominada "Plug&Play" es especialmente interesante por su intuitiva interfaz y por permitir controlar la unidad tanto desde dentro como desde fuera del hogar, gracias a la App disponible para todo tipo de smartphones.

Bombas de calor Supraeco: el compromiso medioambiental de Junkers

Para llevar el mayor confort al hogar, Junkers, marca de la división de Bosch Termotecnia, del Grupo Bosch; propone su gama de bombas de calor multitarea aire-agua, Supraeco. La tecnología de estos equipos es de las más eficientes, pues al extraer la energía del aire exterior, se alcanza el confort de forma gratuita, natural, protegiendo el medio ambiente y favoreciendo el ahorro energético.

La gama Supraeco incluye bombas de calor aire-agua reversibles que suministran climatización, frío-calor y agua caliente sanitaria, con un solo producto. Además, esta gama tiene calificación energética A+++ en calefacción y unos niveles sonoros reducidos. El sistema de bomba de calor aire-agua cuenta con dos unidades: la exterior, que absorbe la energía del aire; y la interior, con hasta cuatro variantes (unidad interior híbrida compatible con caldera existente, unidad con resistencia eléctrica de hasta 9kW, unidad de acumulación para agua caliente y unidad de acumulación solar).

Junkers cuenta con dos gamas de bomba de calor aire-agua: Supraeco Hydro y Supraeco Frigo, que se ajustan a las necesidades de frío, calor y agua caliente sanitaria en los hogares. La gama Supraeco Hydro es silenciosa y ofrece una tecnología frigoríficamente compacta con conexión hidráulica de la unidad exterior e interior y una estructura interior en polipropileno expandido de alto aislamiento. Cuenta con 6 modelos desde 5 kW hasta 17 kW y 4 módulos interiores para su integración con calderas, apoyo eléctrico o depósito de agua caliente sanitaria integrado. Todos disponen de conectividad, permitiendo su gestión a través de la App Junkers Home. Por su parte, la gama Supraeco Frigo Split cuenta con 9 modelos desde 8,6 kW hasta 17,4 kW y 4 módulos interiores para su integración con calderas, apoyo eléctrico o depósito de agua caliente sanitaria integrado. Ofrece una tecnología partida, ya que la conexión entre las dos unidades interior y exterior se realiza mediante tuberías frigoríficas con refrigerante.



Toda la gama de bombas de calor Supraeco de Junkers posee una gran variedad de accesorios de instalación para optimizar los resultados de instalación y ofrecer sistemas muy completos.

Las bombas de calor aire-agua presentan elevados índices de rendimiento y se caracterizan por su reducido mantenimiento. Gracias a ellas, es posible un abastecimiento térmico libre de emisiones de CO₂ en el punto de consumo sin utilizar combustibles líquidos o gaseosos ni realizar combustión.

La Ecología, la eficiencia y el ahorro son el presente con los sistemas ECODAN, de Mitsubishi Electric

Los equipos Ecodan, exclusivos de Mitsubishi Electric, se presentan como una de las mejores opciones para preparar el hogar de cara a la llegada del frío y constituyen una solución más completa, eficiente y ecofriendly que las calderas convencionales. Así, a diferencia de estas últimas, proporcionan calefacción, refrigeración y agua caliente sanitaria -todo en uno- gracias a la tecnología de la bomba de calor aerotérmica. Este sistema se basa en una fuente de energía renovable, la aerotermia, lo que se traduce en un mínimo impacto sobre el medioambiente, por sus menores emisiones de CO₂.

En este sentido, los equipos Ecodan con aerotermia son un sistema energético renovable, ya que aprovechan el aire de la calle como fuente gratuita de climatización. Asimismo, proporcionan calefacción, refrigeración y agua caliente en un solo sistema, pudiendo funcionar durante todo el año. También permiten ahorrar más del 50% en calefacción frente a los sistemas tradicionales.

Con los sistemas Ecodan de Mitsubishi Electric la energía necesaria para calentar un hogar procede de dos fuentes: un 25% del suministro eléctrico y el 75% restante, de forma gratuita del aire exterior, por muy frío que esté. Esto implica un menor consumo que se refleja finalmente en la factura de la luz.

Además, los sistemas Ecodan son más ecológicos: el gas R32 limita el daño a la atmósfera al reducir de forma notable el índice Potencial de Calentamiento Atmosférico. Con Ecodan, apunta el fabricante, *apuestas por la ecología, el ahorro energético y la simplicidad de uso olvidándose de las antiguas calderas de combustión que necesitan del suministro de gas o combustible y de la obligación de inspecciones periódicas, puesto que al no haber ningún tipo de combustión no hay riesgo de incendio, explosión o intoxicación. Y su instalación y mantenimiento resultan muy sencillos.*

Su práctico control de estancias te permite mantener la temperatura más confortable en cada espacio, ahorrando energía de forma sencilla. Además, utilizas un solo mando de control para todo, incluyendo radiadores y suelo radiante. Y su fácil manejo te permite de manera intuitiva acceder a todas sus funciones, entre las que se encuentran la monitorización energética, sensor de temperatura o modo vacaciones, entre otras muchas opciones.



Mitsubishi Electric ofrece, además, una novedosa herramienta on line, dirigida tanto a profesionales como a usuarios finales, gracias a la cual podemos saber cuál es el sistema que mejor se ajusta a las necesidades de cada vivienda, cuantificando realmente el ahorro anual que supone la utilización del sistema Ecodan frente a sistemas de calefacción más tradicionales. Se puede consultar en:

www.mitsubishielectric.es/aire-acondicionado/calculadora-ecodan/



Eas Electric / www.easelectric.es

La nueva serie M-Thermal 2 forma parte de la segunda generación de equipos de aerotermia de Eas Electric con conexión WiFi. La nueva serie M-Thermal 2 incluye dos unidades monoblock que van desde los 8 hasta los 26 kW de capacidad, así como nuevos modelos biblock con unidades de entre 10 y 16 kW de capacidad

La ya conocida serie M-Thermal de Eas Electric con refrigerante R32, funciona calentando o refrigerando agua para cubrir todas las necesidades térmicas de una vivienda: Refrigeran y dan calor a todas las estancias conectadas a unidades interiores como fan coils, radiadores o suelos radiantes y, al mismo tiempo, se encargan de calentar el agua sanitaria. Como ya ocurría con las anteriores, estas unidades están listas para su puesta en marcha porque vienen de serie

con el módulo hidrónico, la sonda de agua caliente sanitaria y el filtro. Sin embargo, la principal ventaja de esta nueva serie es que lleva incorporada conexión WiFi para controlar todos los parámetros del equipo desde cualquier dispositivo móvil. Además, se trata de unidades mucho más compactas para que su instalación sea mucho más flexible. Otra de las principales novedades, es que dentro de esta gama se incluyen las unidades de 23 y 26 kW, equipos de gran potencia para cubrir instalaciones que así lo requieran.



La nueva generación de equipos de aerotermia de Eas Electric está compuesta por máquinas muy flexibles ya que funcionan y tienen un gran rendimiento en un amplio

rango de temperaturas exteriores, y además ofrecen la posibilidad de considerar prioritaria el agua caliente sanitaria o no cuando se requiere una mayor potencia en la climatización. De todas formas, estas máquinas permiten almacenar agua caliente para no tener que renunciar a la misma cuando se exige a la unidad que priorice la climatización. Los nuevos equipos mejoran rendimiento y reducen aún más su consumo eléctrico alcanzando coeficientes de rendimiento estacional superiores a 5,21 y factores de eficiencia energética de hasta 8,95. De esta forma, muchos equipos de la gama alcanzan una clasificación energética A+++.

Haier / www.haier-europe.com

Jade es el equipo doméstico con conectividad estrella de Haier con prestaciones de gama alta, presión sonora de tan solo 15dB(A), sistema de autolimpieza criogénico y una eficiencia A+++.

También posee la mejor WiFi del Mercado (según datos de Euromitor) y favorece un aire libre de patógenos combinando en un solo producto las funciones de climatización (bomba de calor) y purificación. Este equipo no solo mantiene una calidad de aire excelente, sino que además permite al usuario conocer su estado en tiempo real y emite avisos cuando no es el adecuado. Igualmente, controla la humedad del aire para evitar la proliferación de bacterias.





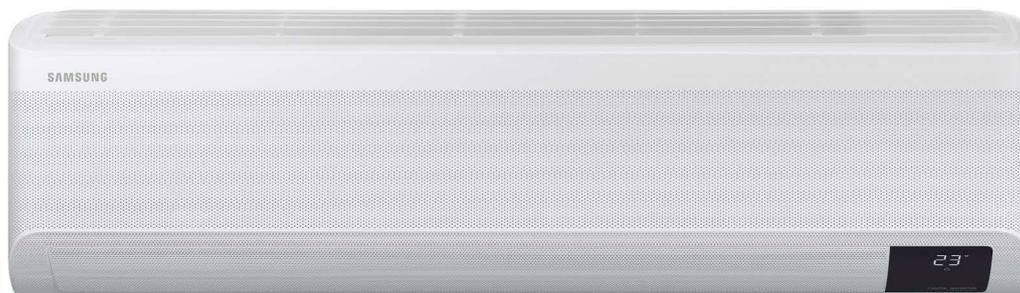
Daitsu / www.eurofred.com

El sistema Multi-Hybrid aire-agua - aire-aire de Daitsu está indicado para aplicaciones que combinen ACS, calefacción y aire acondicionado. Se trata de un sistema multitarea basado en la bomba de calor aire-agua que proporciona un mayor confort adaptándose a las necesidades del hogar.

El sistema consiste en una unidad exterior, un módulo hidráulico y las unidades interiores. Es compatible con radiadores, fancoils, suelo radiante y depósitos acumuladores de agua para el ACS. Puede apoyarse con otras fuentes renovables como la energía solar. El equipo se regula de manera automática según la temperatura exterior y la demanda de climatización o ACS, reduciendo el consumo innecesario. Posee un bajo nivel de ruido.

Samsung / www.samsung.es

Dentro de la gama Eco Heating System (EHS), el climatizador de pared Wind-Free Deluxe se puede combinar con el sistema TDM Plus. Se trata de un sistema "todo en uno" de aire a agua (A2W) y aire a aire (A2A) que ofrece una solución climática completa para el hogar. Se puede utilizar durante todo el año para frío y calor y cubre una gran variedad de necesidades y situaciones de uso diferentes. Permite el frío/calor por suelo radiante y la calefacción por radiadores, así como el frío aire a aire con varias opciones de climatización, como el nuevo Wind-Free Deluxe. Se puede maximizar el potencial del sistema si se conecta a la red inteligente o al sistema fotovoltaico (PV).



Midea / www.midea.es

M-Thermon Conjunto Monobloc R-32 aporta refrigeración, calefacción y agua caliente sanitaria mediante el uso de la bomba de calor. Este conjunto tiene control por cable y para la producción de ACS necesita un depósito. En el conjunto M-Thermon, la bomba de calor y el sistema hidráulico se encuentran en una unidad exterior compacta, por lo que durante la instalación no existe manipulación de gases fluorados. Se trata de un equipo silencioso, de fácil

instalación y mínimo mantenimiento. Además, el sistema se regula automáticamente según cambie la temperatura exterior y según la demanda energética de la instalación, ofreciendo siempre el mejor resultado.



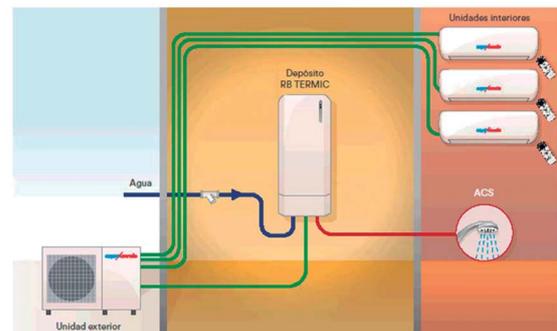
Vaillant / www.vaillant.es

La nueva bomba de calor aire agua compacta, aroTHERM plus supone una revolución en el mercado de las bombas de calor por su tecnología exclusiva de refrigerante natural, que hace de ella un equipo hasta 225 veces más sostenible que los que utilizan el refrigerante R32, con un Potencial de Calentamiento Atmosférico, PCA 3. Además, esta nueva bomba de calor aerotérmica, Clase A+++, cuenta con SCOP hasta 6,48 (Clima cálido s/EN14825) y proporciona hasta un 50% más de ACS, lo

que garantiza el máximo confort a sus usuarios. aroTHERM plus es la solución perfecta tanto para obra nueva como reformas, ya que puede trabajar con radiadores gracias a la temperatura de impulsión de hasta 75 °C.

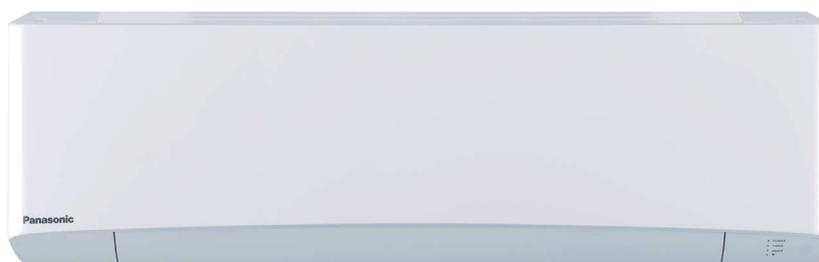
Aquatermic / www.eurofred.com

La bomba de calor Multisplit-Hybrid es un sistema simultáneo aire/agua - aire/aire compacto, ideal para soluciones residenciales. Se trata de una solución integrada de climatización, calefacción, refrigeración y agua caliente sanitaria para el hogar con alta eficiencia energética. El sistema Multisplit-Hybrid aire/agua - aire/aire, gracias a la recuperación del calor, puede calentar el agua de forma gratuita durante el ciclo de refrigeración. Todas las unidades exteriores de la gama se pueden utilizar en instalaciones monosplit o multisplit sin necesidad de modificaciones o configuraciones. Ofrece un rango de operación de entre -15 °C y +43 °C. Permite una modulación del sistema cuando está operando de entre el 10% y el 130%.



Panasonic / www.aircon.panasonic.eu

Dentro de las unidades de pared de Panasonic, tanto en refrigeración como en calefacción, perfectas para colocar en cualquier espacio, destaca la última generación de Etherea, con su serie VKE, que presenta una eficiencia energética de clase A+++. La gama superior de Panasonic es delgada y elegante en diseño, y dispone de tecnología inteligente, incluyendo sistema WiFi incorporado. Esta serie presenta el nuevo nanoe X para ofrecer una mejor calidad de aire interior. Esta nueva tecnología aprovecha las propiedades de limpieza natural de los Radicales de Hidróxilo (OH-) para limpiar todos los rincones de una estancia. Los Radicales de Hidróxilo inhiben el crecimiento de bacterias, virus, mohos y olores, descomponiéndolos y neutralizando sus efectos negativos.



Un año clave para la industria del videojuego: consolas, *gaming mobile* y PC

El mercado *gaming* ha demostrado su resiliencia en un 2020 marcado por los problemas en la cadena de distribución y logística derivados del COVID-19. Generalmente, las ventas han aumentado como resultado del confinamiento y la tendencia *stay-at-home*.

■ En contraste con otros sectores económicos, la industria del videojuego ha sido de las menos afectadas por la pandemia. El sector ha conseguido mantener sus operaciones gracias a la implantación del teletrabajo y el aumento de la demanda. Este último factor es una tendencia derivada de los nuevos hábitos de los usuarios, que cada vez pasan más tiempo en casa. Así como, de las medidas impuestas por los distintos gobiernos a nivel global restringiendo la actividad en el exterior de la vivienda.

El aumento en la comercialización contrasta con los problemas que ha causado la concentración de la producción en China. Un factor ha ralentizado los procesos de fabricación, tanto de juegos como de la nueva generación de consolas. Las condiciones de trabajo derivadas de la pandemia han provocado durante todo el año un retraso en las fechas previstas para los lanzamientos, como sucedió con el *The Last of Us II* o la nueva PlayStation 5.

Además, como viene siendo habitual en otros sectores, la industria del videojuego ha cancelado sus principales eventos. Entre ellos el Electronic Entertainment Expo, también llamado E3, que se hubiera celebrado entre el 9 y el 11 de junio de este año. En este contexto las grandes marcas del sector han optado por organizar sus propios eventos de presentación en *streaming*, mientras que los pequeños desarrolladores han visto reducida su posibilidad de conectar con editores que publiquen sus juegos.

Next gen de consolas

Oficialmente, la nueva generación de consolas empezó en marzo de 2017 con el lanzamiento de la Nintendo Switch. Una novena generación que se ha completado este noviembre con la llegada de las nuevas PlayStation de Sony y Xbox de Microsoft. Ambas fueron anunciadas durante 2019 con la idea de lanzarse a finales de 2020. Unos planes que, a pesar



de la pandemia, han acabado cumpliéndose con mayor o menor fortuna. El 10 de noviembre llegaba a España la nueva Xbox Series X acompañada de su hermana pequeña, la Xbox Series S. Durante su primera semana, las consolas de Microsoft consiguieron vender 14.100 unidades. Unos días después, el 19 de noviembre, aterrizó en España la PlayStation 5 en sus versiones sencilla y digital. Una consola que, entre la prereserva y la venta limitada de lanzamiento, consiguió sumar 43.000 unidades vendidas.

Actualmente, la nueva generación de consolas se encuentra completamente agotada. Sony ha anunciado una nueva remesa para diciembre, coincidiendo con la campaña de Navidad. Mientras que Xbox no se ha pronunciado al respecto. Aunque las previsiones apuntan al mes de enero como fecha para las nuevas unidades. La escasez de stock ha provocado un *boom* en el mercado de segunda mano. Allí, conseguir una PlayStation 5 puede llegar a costar 1.500 euros, el triple de su precio. En menor medida se infla el precio de la Xbox Series X, que dobla su coste hasta alcanzar los 1.000 euros.

PC VS Consola

El eterno dilema y debate entre los *gamers*. Una batalla que ha intensificado en los últimos años con la bajada en el precio de los equipos informáticos y periféricos *gaming*.

Un factor que ha facilitado el acceso de los jugadores a una plataforma que hasta la fecha ofrecía mucho mejor rendimiento. Con la llegada de PlayStation 5 y Xbox Series X este margen se ha subsanado, gracias a la incorporación de gráficas potentes.

El ordenador vuelve a ganar en el terreno de la funcionalidad, tanto en el tiempo de ocio como en el entorno laboral o lectivo. También, a la hora de decidirse, el usuario tiene en cuenta el catálogo de títulos de cada plataforma. Por este motivo, muchos de los primeros lanzamientos para la nueva generación son exclusivos de una u otra consola. Es el caso de *Assassin's Creed: Valhalla*, exclusivo en consola, o de *Spider-Man: Miles Morales*, solo disponible en PlayStation 5.

Un sector al alza

Cada vez son más las empresas dedicadas a la industria del videojuego, un sector que, a pesar del coronavirus no ha dejado de crecer. Una tendencia que dentro del sector *retail* ha dado lugar a ideas como Gamers Community 101, el equivalente en 2020 a los antiguos centros recreativos. Una comunidad *gamer* que cuenta actualmente con un local en la calle Marina de Barcelona y planea una expansión con nuevos locales en la ciudad condal. Allí, los *gamers* acuden para disfrutar de las últimas tecnologías y títulos de todas las plataformas abonando una tarifa por horas.



PlayStation 5

La nueva generación de la consola de Sony presenta un CPU de 8 núcleos Zen 2 a 3,5 GHz. Combinada con una GPU de 36 unidades de computación a 2,23 GHz que ofrece 10,28 TeraFlops. De esta manera, la consola consigue jugar en 4K a 60 fps y alcanzar los 120 fps. En cuanto a memoria, la de Sony es de 16 GB mientras que el ancho de banda ofrece 448 GB/s, junto a una interfaz de 256 bit.

Un aspecto fundamental en estas primeras consolas es el almacenamiento. La PlayStation ofrece 825 GB en SSD personalizado utilizando el estándar PCIe 4.0. De esta manera, han conseguido optimizar el rendimiento del sistema para cubrir las necesidades del catálogo de juegos. Las tasas de transferencia de datos de la consola de Sony son de 5,5 GB/s en archivos brutos. Mientras que ascienden a entre 8 y 9 GB/s en comprimidos. Lo que se traduce en tiempos de carga muy reducidos.

Digital Edition

La edición digital de la consola es la manera de Sony de impulsar su servicio de *streaming* de videojuegos, PS Plus. En resumen, es la PlayStation 5 sin lector de discos.

www.playstation.com/es



Xbox Series X

Por su parte, el buque insignia de Xbox iguala a la PS en CPU, con 8 núcleos Zen 2. Aunque estos trabajan a 3,8 GHz. La guerra de los TeraFlops también la gana Microsoft incorporando 52 unidades de computación a 1,825 GHz que ofrecen 12 TFLOPS. Esto se traduce en una consola que es capaz de realizar más opciones por segundo. La Xbox permite al usuario jugar en resolución 4K a 60 fps y alcanzar los 120 fps.

Respecto a memoria, la de Microsoft incorpora 16 GB combinados con una interfaz de 320 bit. El ancho de banda de la memoria de esta consola se sitúa, en los primeros 10 GB, en 560 GB/s y, en los 6 GB restantes, 336 GB/s. La principal diferencia entre los dos modelos insignia radica en el almacenamiento. La Series X incorpora 1TB en SSD NVMe con unas tasas de transferencia de 2,4 GB/s para datos en bruto y 4,8 GB/s para archivos comprimidos.

Xbox Series S

Este modelo sería una versión Lite de la consola. Más pequeña, con el precio más barato y con recortes en las características, como el almacenamiento de 512 GB.

www.xbox.com/es



Lenovo / www.lenovo.com/es

Entre las últimas incorporaciones al catálogo de Lenovo se encuentra este monitor plano de 27 pulgadas. El Lenovo G27-20 ofrece una frecuencia de actualización de 144 Hz y una resolución de panel Full HD. Diseñado para evitar el parpadeo, equipa la tecnología AMD FreeSync Premium. Además, registra un tiempo de respuesta de la imagen en movimiento de 1 ms. Así como, un tiempo de respuesta de 3 ms que le permite reducir el desenfoque y contribuye a eliminar las imágenes difusas o con rayas.



Logitech G / www.logitechg.com/es

El Logitech G Pro X Superlight se presenta como el ratón inalámbrico más ligero diseñado para *e-sports*. Entre sus características se encuentra el sensor Hero 25K, que le permite ofrecer una sensibilidad de hasta 25.600 DPI. Asimismo, cuenta con la tecnología de conexión Lightspeed de 2,4 GHz. De esta forma, el usuario puede jugar sin ataduras con la misma precisión de movimiento que lo haría con cable. Además, el periférico incluye una batería de hasta 70 horas de duración recargable.



Woxter / www.woxter.es

La marca ha lanzado recientemente su nuevo teclado mecánico LED. Bajo el nombre Woxter Stinger RX900K, se encuentra un periférico de estructura ligera pero robusta en ABS con una iluminación y efectos vistosos. En cuanto a personalización, el teclado permite al usuario ambientar la estancia con efectos de luz. Así como, apagarla o cambiar entre varios modos preconfigurados.

Cabe destacar que, el dispositivo es compatible con las plataformas PC y PS4.



MSI / www.es.msi.com

El sobremesa MSI Meg Trident X es un ordenador *gaming* con procesador Intel Core i7 de 10ª generación y sistema operativo Windows 10 Home. Un componente que se combina con una gráfica NVIDIA GeForce RTX 2080 Super Ventus XS OC. Respecto a la configuración de memorias, el dispositivo incorpora una RAM de 16 GB y dos tipos de almacenamiento, 1 TB en HDD y 1 TB en SSD. Una potencia que se combina con la estética gamer que le confiere la iluminación RGB Mystic Light.



LG / www.lg.com/es

Con la llegada de las nuevas consolas, las compañías han desarrollado monitores capaces de sacar todo el jugo a la nueva generación. Es el caso de LG que se ha unido a Xbox para ofrecer una experiencia *gaming* con sus nuevos televisores OLED CX. Un televisor disponible en cuatro formatos: 48", 55", 65" y 77". Todos ellos incorporan el procesador de imagen Alpha 9 de 3ª generación junto a la tecnología Dolby Vision IQ y el modo *Filmmaker*.

Además, incluye un modo juego compatible con FreeSync y G-Sync que disminuye la latencia.

Edifier / www.edifier.com/



Los Edifier G2000 son unos altavoces *gaming* de alta fidelidad y una gran variedad de funciones. El principal punto fuerte de estos periféricos, además del sonido es la posibilidad de conectarlos de manera inalámbrica al ordenador o monitor. Para ello, incorporan tecnología Bluetooth 4.2. A pesar de su aspecto compacto, estos dispositivos ofrecen hasta 8 W de potencia continua cada uno, alcanzando picos de 16 W. Asimismo, son interesantes los tres modos de ecualización que ofrecen: juegos, música y películas.

Razer / www.razer.com/es



La última novedad en auriculares inalámbricos de Razer es el modelo Kaia Pro. Un dispositivo que se centra en los servicios de juegos de Microsoft, es decir PC, Xbox y Android. Como es habitual en los periféricos *gaming*, está diseñado para largas sesiones de juego. La espuma viscoelástica, transpirable y suave de sus orejeras ofrecen confort al usuario y minimizan la acumulación de calor. En cuanto a la autonomía, los auriculares cuentan con hasta 15 horas de uso con la iluminación RGB activada, ampliable a 20 horas desactivándola.

SteelSeries / www.es.steelseries.com



Algunos *gamers* prefieren el mando al teclado. Este en concreto, el SteelSeries Stratus Duo, es un controlador de juegos inalámbrico compatible con Windows, Android, Oculus Go y Samsung Gear VR. Recomendado para móviles, pero compatible con el sistema operativo Windows, este periférico se empareja fácilmente con Bluetooth. Otro aspecto interesante de este dispositivo es su autonomía de más de 20 horas. Además, la batería es recargable y se puede utilizar enchufado.

Asus ROG / www.rog.asus.com/es

La gama de portátiles *gaming* Asus ROG Strix G15/17 está optimizada para ofrecer al usuario una experiencia inmersiva en un entorno multitarea. Para ello, la marca ha equipado sus ordenadores con los procesadores Intel Core i7 de 10ª generación y las gráficas NVIDIA GeForce RTX 2060. Potencia que se combina con la conectividad WiFi 6 y varias unidades SSD que aceleran el rendimiento. Por otro lado, con el objetivo de disipar el calor que genera el dispositivo, la gama incluye refrigeración líquida inteligente.



RedMagic / www.eu.redmagic.gg

El RedMagic 5G es un *smartphone gaming*. Entre sus características destacan una pantalla de 6,65" con una tasa de refresco de 144 Hz, imitando las prestaciones de un monitor de juego. Otra cifra a destacar es su velocidad de muestreo, que se sitúa en los 240 Hz. Un terminal potente que genera gran cantidad de calor. Una problemática que solventan con la incorporación de refrigeración líquida. Además, cuenta con un plus típico en los dispositivos *gaming*, la estética con colores vistosos.



SecretLab / www.secretlab.eu/es

Uno de los títulos más esperados de este 2020 es el *Cyberpunk 2077*. Concedoras del éxito del videojuego, muchas marcas han lanzado *merchandising* oficial. Desde periféricos hasta decoraciones, pasando por accesorios. Entre ellos se encuentran las sillas *gaming*. En concreto los modelos Titan y Omega de Secretlab en sus respectivas ediciones especiales. Dos versiones en las que destaca el color amarillo junto al del juego, en la parte delantera. Mientras que en la trasera es todo lo contrario, predominando el negro con el logo Samurai.



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

Un aspecto fundamental para los *gamers* es la conexión a Internet. En juegos competitivos la velocidad, la baja latencia y una transmisión fluida marcan la diferencia. El TP-Link Archer AX50 es uno de los primeros *router* en incorporar tecnología WiFi 6, que ofrece hasta 3 GB/s. También, cuadruplica la capacidad de conexión del emisor principal transmitiendo a hasta 256 dispositivos. Además, establece conexiones estables y fluidas reduciendo la latencia en un 75% respecto al estándar.



El patinete eléctrico se afianza como alternativa al transporte público

Durante los últimos meses, tras el confinamiento, el uso de transporte público ha caído un 40% respecto a los niveles de antes de la pandemia. Esta tendencia ha incentivado el uso de vehículos de movilidad personal, entre los que se encuentra el patinete eléctrico.



■ En febrero ya se hablaba de una fiebre del patinete eléctrico con un aumento en las ventas del 1.000%, respecto al mismo mes del año anterior. Una demanda que se traducía en vías urbanas repletas de estos vehículos.

Esto sucedió antes de la llegada de la pandemia del COVID-19. Un hito que ha transformado el estilo de vida, trabajo y socialización de la población a nivel mundial. El miedo al contagio ha provocado que los usuarios eviten las aglomeraciones que se producen en el transporte público. Por lo que, muchos usuarios vuelven a desplazarse

en coche o optan por alternativas más sostenibles. En la segunda categoría se encuentran los vehículos eléctricos, como los patinetes.

Nueva legislación

Como se ha dicho anteriormente, el uso de este tipo de transporte está aumentando. Una tendencia podría verse truncada por las modificaciones impulsadas por el Gobierno en forma de Real Decreto anunciadas el pasado 10 de noviembre. En ellas se especifica que los vehículos de

movilidad personal requerirán un permiso de circulación. Cabe destacar, además, que los encargados de solicitar el certificado expedido por la DGT serán los fabricantes, importadores o sus representantes en España.

Un documento de circulación que pretende asegurar que el vehículo cumple las citadas normas. Asimismo, se prohíbe a este tipo de transporte desplazarse por aceras y zonas peatonales en toda España. También, se ha limitado la velocidad de estos vehículos, descritos como unipersonales, con motor eléctrico hasta los 25 km/h.

Ayudas a la movilidad eléctrica

Otro factor que ha impulsado la compra de patinetes eléctricos en los últimos meses es la subvención de estos vehículos. La primera autonomía en hacerlo fue la Comunidad Valenciana. En la cual, las ayudas alcanzan hasta los 250 euros y se pueden solicitar desde el 15 de junio. Por su parte, la Comunidad de Madrid anunció ese mismo mes unas subvenciones que estarán disponibles a partir de 2021. La cuantía para patinetes eléctricos es de hasta 150 euros. La última, en este caso ciudad, en sumarse a esta tendencia ha sido Almería. El municipio otorgará a sus habitantes ayudas de hasta 100 euros para facilitarles el acceso a un VMP.

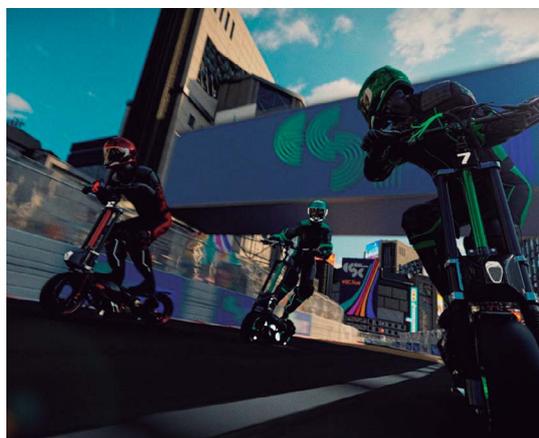
Movilidad compartida

Como ha sucedido con bicis, motocicletas y hasta coches, la tendencia del *sharing* ha llegado al mundo de los patinetes eléctricos. Un servicio que ha aterrizado en los principales núcleos urbanos de España, como Madrid, Barcelona o Málaga. El usuario simplemente llega, alquila el vehículo a través de la aplicación, se desplaza, aparca y paga. De esta manera, evita una inversión inicial que cuesta de media 300 euros, y ahorra en mantenimiento.

El coste de este servicio cuenta con una tarifa entre 0,15€ y 0,20€ por minuto, dependiendo de la zona y

compañía. Aunque algunos servicios ofrecen suscripciones mensuales por alrededor de 30€. Entre las compañías que ofrecen este servicio se encuentran marcas automovilísticas como Seat o Ford. Bajo el nombre de MÓ y Spin, ambas marcas se reinventan adaptándose a un futuro más sostenible.

eSkootr, un campeonato de patinetes



El patinete ha pasado de ser un juguete a formar parte de los hábitos de movilidad. La evolución tecnológica de estos vehículos en los últimos años ha desembocado en un nuevo campeonato, la eSkootr. O lo que es lo mismo, carreras para patinetes eléctricos. Está previsto que la competición celebre su primera edición en 2021 con scooters que prometen velocidades de 100 km/h.

Aún quedan muchos detalles que desvelar sobre este proyecto. De momento, solo se conoce el nombre del primer proveedor oficial, Williams. Aunque no se descarta que otros actores también participen en el proyecto. Asimismo, habrá que esperar para conocer qué pilotos se sumarán a la competición, pero pueden ser de ámbitos muy variados. Desde los XGames hasta el motociclismo u otros campeonatos deportivos.

Cecotec



Bongo Serie A

La gama de partida de Bongo de Cecotec es la serie A. Patinetes eléctricos con una potencia nominal de 350 W y máxima de hasta 700 W. Todos ellos montan ruedas *tubless* de 8,5 pulgadas, triple sistema de frenado, tres modos de conducción y ordenador de a bordo.

Su autonomía varía en función del modelo: **25 km para Bongo A y A Connected; 35 km en el caso del A Advance Connected y se incrementaría hasta los 45 km para el modelo A Advance Connected Max.** No obstante, su sistema de baterías intercambiables, permite ampliar estos límites.

Bongo Serie S

En concreto, el patinete Bongo Serie S Unlimited cuenta con una potencia máxima de 750 W y una nominal de 350W. Asimismo, dispone de una tracción trasera deportiva y está diseñado con un sistema de batería extraíble que proporciona una **autonomía sin límites desde los 45 km.** La recarga de cada una dura entre 4 y 5 horas.

En materia de seguridad monta unas ruedas de 10" *tubeless*. También, dispone de un doble sistema de freno, que combina un freno de disco delantero y uno trasero. Además de tres modos de conducción, ordenador de a bordo y tabla curva XL de madera de bambú para una mejor estabilidad.



Bongo Serie Z

Cecotec ha ido un paso más allá en la movilidad urbana para presentar un patinete off road. A diferencia del Serie Z, el Off Road incorpora unas ruedas de 12" *tubeless* con anchura XXL. Mientras que el sencillo presenta unos neumáticos XL lisos del mismo tamaño. A pesar de la diferencia ambos están diseñados para ofrecer una deportividad sin límites.

La potencia máxima para toda la Serie Z es de 1.100 W y nominal de 500 W. También, cuentan con tracción trasera, freno de disco doble, tabla de bambú XL y ordenador de a bordo. La **batería extraíble de 10.000 mAh permite hasta 45 km de autonomía** con un tiempo de carga entre 5 y 6 horas. Además, como en el resto de Bongos, cuenta con tres modos de conducción: Eco, Confort y Sport.





Xiaomi / www.mi.com/es

El Xiaomi Mi Electric Scooter Pro 2 es una versión mejorada del patinete eléctrico más potente de la marca. Los dos aspectos más destacables al comparar esta versión con la anterior son una mayor visibilidad y el sistema de frenado doble mejorado. Respecto al diseño, no varían en demasía ni siquiera en sus ruedas *tubeless* de 8,5". Aunque las luces LED ofrecen el doble de iluminación superando los 10 metros de alcance y se han añadido 5 reflectores, para mayor seguridad.

Velocidad punta 25 km/h

Autonomía 45 km

Peso 14,2 kg



SmartGyro / www.smartgyro.es

Para aquellos usuarios que busquen un patinete todoterreno, SmartGyro propone el eXplorer. Con 800 W de potencia y fabricado en materiales muy resistentes, se adapta a terrenos irregulares y bacheados. También, para ganarse la nomenclatura todoterreno, incorpora unas ruedas neumáticas de 10" con suspensión propia y dibujo de tacos. Entre los accesorios de este patinete se encuentran un display multifunción y un asiento. Así como, tres meses de seguro con AXA.

Velocidad punta limitada a 25 km/h

Autonomía 45 km

Peso 26 kg



Olsson & Brothers / www.olssonandbrothers.com

La empresa cántabra de reciente creación cuenta cada vez con un catálogo de patinetes y skates eléctricos mas nutridos. Su última incorporación es el nuevo Stroot Ecoride. Un vehículo que mantiene la filosofía de la empresa, basada en crear productos con diseño *ecofriendly*. En este caso, el patinete presenta una fusión entre un look urbano y natural, incorporando una base de madera tratada de bosques sostenibles. Este componente está recubierto por una lija antideslizante, para que se mantenga el apoyo con seguridad.

Velocidad punta 25 km/h

Autonomía 15 km

Peso 12,6 kg



Youin / www.weareyouin.com

Esta empresa española es una de las últimas en aterrizar en el mercado. Su objetivo es ofrecer un catálogo de productos que brinden una gran relación calidad-precio. Al mismo tiempo que priman la seguridad incorporando en todos sus patinetes neumáticos anti-pinchazos. En concreto, el You-go L aporta un extra adicional al incluir una suspensión delantera real. De esta forma, consigue absorber golpes y sacudidas, evitando un movimiento errático del manillar.

Velocidad punta 25 km/h

Autonomía 25 km

Peso 12 kg


Seat / www.seat.es

La marca española de automóviles amplía su catálogo de patinetes con el Seat Mó eKickScooter 65. Es una versión evolucionada del Mó eKickScooter 25, con el que comparte algunas características. Una de las diferencias más destacables es la autonomía, mucho más amplia. Asimismo, los frenos han cambiado. El nuevo VMP equipa uno de tambor en el tren delantero y otro eléctrico en el trasero. También, el motor ofrece una mayor potencia nominal, 350 W, tres modos de conducción: Eco, Drive y Sport.

Velocidad punta 20 km/h
Autonomía 65 km
Peso 19,1 kg

Mercedes-Benz / www.mercedes-benz.es

En su primera incursión en el sector de los patinetes eléctricos, Mercedes-Benz prepara el lanzamiento de eScooter. Un vehículo creado junto a la compañía suiza Micro Mobility Systems AG que complementa la gama EQ de la marca de la estrella. Entre las características que se han desvelado antes de su lanzamiento se encuentra la potencia máxima del motor, 500 W. También, se conoce que equipará unas las ruedas de 7,8" con suspensión delantera y trasera. Además, se podrá conectar al móvil mediante la aplicación oficial.

Velocidad punta 20 km/h
Autonomía 25 km
Peso 13,5 kg

Spin / www.spin.app

Spin es la subsidiaria de movilidad eléctrica bajo la que se esconde el nombre de la marca automovilística Ford. Bajo este nombre, la compañía lanza sus alternativas de movilidad sostenible. Estos patinetes llegarán a España en forma de servicio de movilidad compartida que se está negociando con varios ayuntamientos. Los Spin son muy versátiles llegando a adaptar su velocidad máxima a la legislación de cada país. Cabe destacar, también, que cada vehículo equipa una luz LED delantera y otra roja trasera, que se activa al anochecer.

Velocidad punta 24 km/h
Autonomía 65 km
Peso 14 kg

Bird / www.bird.co/es

Como Spin, Bird es una compañía de patinetes de movilidad compartida. En este caso su modelo Bird One, además de reservable por horas, está disponible en la web oficial de la marca para adquirirlo. Concretamente, en tres colores: Jet Black, Dove White y Electric Rose. Es el segundo patinete eléctrico de la compañía, tras el Bird Zero, y se basa en los beneficios y aprendizajes de la marca. Lo que se traduce en una actualización de bastidores, mayor sensibilidad en los frenos, ocultación de cables y mejor iluminación y estabilidad.

Velocidad punta 29 km/h
Autonomía 40 km
Peso 18 kg



Voro Motors / www.voromotors.com

A principios de noviembre, Voro Motors anunció el nuevo Emove Roadster. Un patinete eléctrico con características superiores. Digno sucesor del famoso Emove Cruise, este dispositivo iguala su autonomía, pero lo dobla en velocidad máxima. Aunque la batería consigue incrementarse al circular más despacio. Otros puntos fuertes de este modelo son: la capacidad de aceleración, el sistema de doble suspensión y los frenos de accionamiento hidráulico de disco en ambas ruedas.

Velocidad punta 80 km/h

Autonomía 100 km

Peso 30 kg



FlowDot / www.flow-dot.com

Todavía en fase de financiación en Indiegogo, el proyecto de FlowDot apuesta por un diseño minimalista, ligero y asequible. El Mantour X es un patinete eléctrico ligero y con equilibrio automático. Esta última característica significa que permite plegar el patinete sobre su rueda motriz al activar el *Follow Mode*. Así, el usuario puede llevarlo con una sola mano mientras el patinete se desplaza sobre su rueda. Además, equipa un motor de 240 W, un freno delantero eléctrico y otro trasero tradicional, pata de cabra y luz frontal de LED.

Velocidad punta 20 km/h

Autonomía 20 km

Peso 7,6 kg



Tomoloo / www.tomoloo.com

El Tomoloo F2 se presenta como una propuesta *off road*. La primera característica diferencial es la incorporación de un freno de disco y una horquilla en la rueda delantera. Por este motivo, la plataforma del patinete hace una curva uniéndose a la base del manillar. Otro aspecto que le otorga ventaja respecto a otras propuestas son unos neumáticos macizos de 12". Asimismo, su motor eléctrico rinde hasta 700 W, lo que equivale a casi 1 CV. Aunque la potencia nominal es de 350 W.

Velocidad punta 25 km/h

Autonomía 100 km

Peso 18 kg



Lime / www.li.me/es

El Lime-S SZ 2.5 Gen es un patinete destinado a la movilidad compartida. Este vehículo es capaz de subir pendientes con un desnivel de hasta el 15% e incorpora una batería de 36V. Características que lo hacen idóneo para entornos urbanos. El servicio de Lime ofrece a los usuarios la posibilidad de realizar tareas de carga. Los llamados *juicers* recogen el patinete, lo cargan y lo entregan en el punto que indique la aplicación. Por cada tarea completada el usuario recibe un pago. Un nuevo puesto de trabajo, como los mecánicos de *scooters*.

Velocidad punta 24 km/h

Autonomía 32 km

Peso 17 kg

Productos de salud y cuidado personal, en auge durante la pandemia

El Covid-19 ha provocado un cambio en las prioridades de muchas personas, situando el cuidado personal y la salud en los primeros puestos. Este nuevo interés se ha materializado a través de un aumento en las ventas de productos de bienestar.

■ El Coronavirus ha puesto en jaque a los sistemas sanitarios de prácticamente todos los países del mundo. Esta situación excepcional ha provocado un cambio de hábitos y ha generado una creciente preocupación por la salud entre la población mundial. De hecho, según el estudio "Global Happiness 2020", elaborado por Ipsos, la salud y el bienestar físico son la mayor fuente de felicidad para el 55% de la población mundial.

Nuevos hábitos e intereses

A la mayor preocupación por el bienestar se le ha sumado la aparición de nuevos intereses y aficiones surgidos a raíz del Covid-19, y todo ello ha derivado en un auge de los productos orientados al cuidado personal. Así lo demuestra un informe titulado "Motivaciones y actitudes de los españoles ante la nueva era del ocio", elaborado por AliExpress con motivo del *Día Mundial del Shopping* (más conocido como el *Día del Soltero*).

La demanda productos de autocuidado ha aumentado del 38% al 50% en el último año, según un estudio reciente de AliExpress.

Entre los datos más interesantes del estudio destaca que un 39% de la población española ha descubierto nuevos hobbies durante los meses de pandemia; siendo el cuidado personal, la cocina, el bricolaje, la decoración y los juegos de mesa las categorías que presentan una evolución más positiva.

Salud y cuidado personal

Centrándonos ahora en la salud y el cuidado personal, AliExpress asegura -en el informe citado previamente que



la demanda de productos de autocuidado ha aumentado del 38% al 50% en el último año.

Esta tendencia se ha manifestado también en Amazon, donde han ganado popularidad los tensiómetros de brazo, las básculas de baño digitales con Bluetooth, los termómetros infrarrojos, los pulsímetros y oxímetros de dedo, los electroestimuladores y las almohadas y mantas eléctricas, entre otros. Todos ellos se han situado entre los artículos más vendidos en los últimos meses dentro de la categoría de salud y cuidado personal de Amazon.

Apps de salud: la democratización del bienestar

Gracias a este tipo de soluciones, cualquier persona puede tener a su alcance herramientas para mejorar su calidad de vida o, por lo menos, para monitorizar algunos indicadores de salud. Las Apps para smartphones orientadas a la salud juegan un papel muy importante en esta labor. De hecho, se convirtieron en una tendencia clave en 2018, dando nombre a un nuevo concepto: mHealth (Mobile Health). Según la OMS, mHealth es "la práctica de la medicina y la salud a través de dispositivos móviles, asistentes digitales y otros sistemas inalámbricos". Esta categoría de productos incluye las conocidas Apps de estilo de vida y bienestar que permiten monitorizar la actividad física, la calidad del sueño y las constantes vitales, entre otros.

mHealth, según la OMS: "práctica de la medicina y la salud a través de dispositivos móviles, asistentes digitales y otros sistemas inalámbricos".

El segmento well-being a 10 años vista

A través de su informe "Tendencias del consumidor 2030", la agencia de inteligencia de mercado Mintel ha identificado varios rasgos en la conducta del consumidor que transformarán los mercados globales en los próximos diez años. Según Mintel, el bienestar y la salud se enfocarán desde una perspectiva holística. Además, se registrará un aumento en la demanda de productos que mejoran la calidad de vida; un escenario que las empresas deberían aprovechar, en opinión de Mintel, para convertirse en "compañeros de bienestar" de sus clientes.

Indudablemente, la tecnología representa un potente aliado para controlar y mejorar nuestra salud física y mental. Exponemos a continuación una selección de productos orientados a la salud y al cuidado personal.

Lifevit / www.lifevit.es

LifeVit permite controlar los signos vitales, combinando dispositivos inteligentes y una app gratuita, de una forma sencilla, precisa y remota.

Así, el tensiómetro LifeVit BPM-200 (en la imagen de la izquierda) permite medir sistole, diástole y pulso. Detecta arritmias y ofrece una interpretación del resultado según la OMS. Incorpora una pantalla integrada y no necesita cables, su tecnología sincroniza los datos automáticamente con la app LifeVit.

Por su parte, el pulsioxímetro LifeVit OL-650 (a la derecha) ofrece la medición del porcentaje de oxígeno en sangre y del ritmo cardíaco. Es muy práctico para detectar y controlar insuficiencias respiratorias como las ocasionadas por el COVID-19. Es rápido, preciso y de tamaño reducido.

Otros dispositivos de la gama LifeVit registran de manera remota la temperatura, composición corporal, actividad y sueño; advirtiendo de cualquier anomalía con avisos a familiares o personal sanitario.

**Daga / www.daga.eu**

La manta eléctrica calentadora Softy de Daga es de gran utilidad para tenerla en cualquier estancia, y disfrutar del calor reparador tan agradable que, además de confort, brinda alivio para determinadas dolencias. La manta se calienta en tan solo 5 minutos y dispone de un buen sistema de seguridad que permite un apagado después de 3 horas de uso continuado.

Incluye un mando electrónico con display LED donde se ve la selección escogida entre los 3 niveles de temperatura que ofrece para lograr el calor deseado. Se presenta con medidas 160x100cm y está hecha con un material de calidad con un tejido ultra suave para mayor confort y sensación de bienestar. Tiene conexión separable para que pueda lavarse a mano y a máquina.

Woxter / www.woxter.es

El masajeador de mano Fit Care de Woxter cuenta con control de temperatura. Su uso ayuda a mejorar el flujo sanguíneo y linfático, además de a reducir la acumulación de ácido láctico. Woxter Fit Care también cuenta con seis cabezales intercambiables, cinco de los cuales sirven para adaptarse a diferentes partes del cuerpo sobre las que ejercer sus beneficios saludables. En cuanto al sexto cabezal, ha sido diseñado para aplicar calor.



Sogo / www.sogo.es

El tensiómetro de brazo digital SS-14035 W es un dispositivo súper delgado que cuenta con una pantalla LCD grande: 63 x 82 mm. Entre sus características figuran hasta 90 mediciones; sensores de presión MEMS; método oscilométrico; función de detección de latidos cardíacos irregulares (función IHB); indicador de clasificación de la presión arterial (función de la OMS); visualización de hora / fecha + intercambio de unidades kpa / mmhg; desinflado automático; apagado automático sin ninguna operación después de 1 minuto; valor promedio del último resultado de la medición TRES; rango de medición presión: (0 ~ 280 mmHg) y pulso: (40 ~ 199) veces / minuto; precisión de la presión: ± 3 mmHg y del pulso: $\pm 5\%$ de lectura; y funcionamiento con 4 pilas de 1.5V (LR03 o AAA).



Jata / www.jata.es

La báscula electrónica ecológica de Jata funciona sin pilas, gracias a la tecnología U-Power de generación de energía automática. Presenta una capacidad de hasta 150 kg, graduación de 100 g, base de cristal de seguridad "temperit" de 5 mm de espesor, 4 sensores de alta precisión, visor "LCD" con hasta 4 dígitos de gran tamaño, desconexión automática, interruptor para conversión kg/lb, e indicador de sobrepeso.





Samsung / www.samsung.es

Galaxy Fit2, la nueva pulsera biométrica de Samsung, con un precio de 49 euros, ayuda a los usuarios a llevar un estilo de vida saludable. En este sentido incorpora mejoras en la monitorización de ejercicio físico y recordatorios de higiene personal como el lavado de manos de forma periódica. Disponible en dos colores, Black y Scarlet, esta pulsera tiene una duración de batería de hasta 21 días con un uso habitual.

Garmin / www.garmin.com

Garmin ha lanzado una nueva función para el seguimiento del embarazo en su app Garmin Connect, que proporciona consejos semanales sobre ejercicios, nutrición, síntomas y métricas de la salud y bienestar durante la gestación. Este widget para relojes Garmin permite a cualquier mujer embarazada que lo desee, llevar el control de su embarazo. Su uso es muy fácil e intuitivo, para comenzar a utilizarlo tan sólo hay que introducir la fecha de parto estimada. A partir de ahí, se ofrece información instantánea de la semana y trimestre de embarazo, y se puede hacer el seguimiento del progreso de la gestación mediante una línea de tiempo de embarazo.



Ufesa / www.ufesa.com/es/

El termómetro IT-122 es un dispositivo con tecnología infrarroja que ofrece una precisión y fiabilidad médica. Con este sistema se evita cualquier tipo de contacto y está diseñado para tomar a distancia la temperatura corporal, de superficies y líquidos. Incluye un display retroiluminado para ver claramente las mediciones. Dispone de 32 memorias, lo que permite medir la temperatura de la última persona que ha utilizado el termómetro para poder ser recuperada y, así, analizar su evolución. Su medición es rápida, en 0,5 segundos aparece claramente en la pantalla LCD el resultado con una gran precisión. También dispone de un sistema automático de desconexión.



LG/ www.lg.com.es

LG PuriCare Wearable Air Purifier es la solución idónea para evitar los problemas de calidad de las mascarillas caseras o para no depender de mascarillas desechables. El dispositivo incluye dos filtros H13 HEPA de alto rendimiento, reemplazables, que permiten al LG PuriCare Wearable Air Purifier suministrar aire fresco y limpio tanto en el interior como en el exterior. Sus dos ventiladores proporcionan aire limpio y fil-

trado mientras que un sensor respiratorio patentado detecta el ciclo y el volumen de la respiración del usuario y ajusta la velocidad de los ventiladores para respirar de forma óptima. Los ventiladores se aceleran automáticamente para ayudar a la entrada de aire y se ralentizan para reducir la resistencia al exhalar para que la respiración sea más fácil.

Medisana / www.medisana.es

TM 750 es un termómetro 6 en 1. Este dispositivo proporciona una medición precisa de la temperatura corporal en el oído y en la frente en tan sólo segundos. Como función adicional, también permite la medición de la temperatura ambiente, de líquidos y superficies (0-100° C). Para un funcionamiento más sencillo incorpora una señal acústica tanto al principio como al final de cada medición. También incluye una memoria para el almacenamiento automático de los últimos 30 resultados. Asimismo, muestra los datos de la fecha y la hora en su pantalla.



Philips / www.philips.es

El irrigador dental Philips Sonicare AirFloss Ultra ayuda a limpiar entre dientes y consigue unas encías más sanas en tan solo dos semanas. Diseñado para usuarios que no utilizan el hilo dental con regularidad, la boquilla AirFloss Ultra es la manera más sencilla de limpiar entre los dientes con eficacia. AirFloss Ultra puede usarse con agua o con un enjuague bucal y se ha demostrado clínicamente que es tan eficaz como el hilo dental para la salud de las encías. El dispositivo elimina hasta un 99,9 % de la placa. Su uso es sencillo e inmediato, ya que se tardan solo 60 segundos en apuntar, pulsar y limpiar.

La feria **Climatización y Refrigeración 2021**

se retrasa a noviembre



El Comité Organizador de C&R ha acordado con IFEMA retrasar la fecha del próximo Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración, de febrero de 2021 a noviembre. Finalmente, la cita del sector clima se ha programado para los días 16 a 19 de noviembre del año que viene.

■ El cambio de fechas, motivado por el Covid19, busca un entorno más favorable en términos económicos y sanitarios. La próxima edición de C&R será especialmente significativa por su papel en el impulso del sector climatización, que es esencial para la salud, la economía y el bienestar. Respecto la fecha, la organización espera que el contexto de noviembre del año que viene permita garantizar el alcance nacional e internacional de la feria. Así como, el encuentro presencial y el networking en las mejores condiciones de seguridad y negocio.

El salón C&R es la principal cita internacional del sector climatización. Este evento se celebra cada dos años y sirve de escaparate para la industria de aire acondicionado, ventilación, calefacción y refrigeración en España. El evento contribuye a revitalizar el sector y generar oportunidades de negocio para empresas y profesionales. En su última edición, celebrada en 2019, la feria reunió las nove-

dades de 374 expositores directos. Por su parte, los datos de asistencia registraron la visita de 54.781 profesionales de 88 países. Unas cifras que muestran la fortaleza de esta feria, que se ha convertido en un entorno positivo para el sector y de fuerte actividad del mercado.

Seguridad

Hasta noviembre del año que viene queda un año en el que la situación, se prevé, habrá cambiado. Aún así, en la actualidad, IFEMA ha obtenido la certificación de AENOR por sus medidas y protocolos sanitarios e higiénicos. De esta manera, garantizan el desarrollo seguro de ferias como C&R 2021. Asimismo, al recibir este sello, IFEMA se convierte en el primer operador de España en obtenerlo. Por su parte, la Comunidad de Madrid ha otorgado a IFEMA el sello Garantía Madrid que reconoce la labor del operador en la adopción de normas derivadas de la crisis sanitaria.

BERLIN PHOTO WEEK

La Berlin Photo Week 2021 combinará arte con innovación industrial

La industria de la imagen global se está preparando para impulsar la creatividad y la innovación en la próxima edición de la Berlin Photo Week, que compartirá fechas y espacio con la IFA de Berlín a primeros de septiembre de 2021. Bajo un concepto único, el evento combina fotografía, vídeo y arte con noticias e innovación de la industria de la imagen. La edición 2021 reunirá a creativos, artistas, profesionales de la imagen, amantes de la fotografía, celebridades con medios y compañías líderes de la industria de la imagen, entre otros. Numerosas marcas globales que perciben la imagen como una parte clave de su identidad corporativa. Una gran cantidad de ellas han confirmado su participación en la feria.

Conferencia inaugural de CES 2021

La Consumer Technology Association (CTA) anunció que la presidenta y directora ejecutiva de General Motors (GM), Mary Barra, pronunciará el discurso de apertura de CES 2021, uno de los eventos tecnológicos más importantes del mundo que se celebrará por primera vez en formato completamente virtual, del 11 al 14 de enero de 2021. El discurso de apertura de Barra compartirá una mirada más cercana a la estrategia de transformación de GM para promover la movilidad de las comunidades de todo el mundo. Sentar las bases para un futuro totalmente eléctrico es solo el comienzo.



Las marcas, con Gamergy Edición Especial Online 2020

Gamergy Edición Especial Online 2020 sigue generando gran interés en el mundo de los esports y los gamers. La edición online de esta feria de videojuegos, que arrancó el pasado 26 de octubre y se alargará hasta el 20 de diciembre, cuenta con importantes contenidos, entre los que destacan más de 20 Torneos en los juegos de mayor participación y seguimiento en



este momento en nuestro país, como Clash Royale. Todos estos torneos están dotados con más de 30.000 € en premios, y un cuidado sistema de realización y difusión a través de streaming. Además, el evento incluye cursos, seminarios y talleres, para diferentes perfiles. Intel, Omen, Nvidia, Magnum, Vodafone, Bizum, Adidas y Redbull son los principales patrocinadores.

Nace la nueva feria TWENTY2X

El sector tiene un nuevo salón al que acudir. Se trata de la nueva feria de tecnología informática para pymes, TWENTY2X, y su estreno está previsto en principio, del 16 al 18 de marzo de 2021 en Hannover, Alemania. TWENTY2X será un evento anual B2B de tres días, dirigido a los responsables de informática de las pymes, con propuestas especiales de tecnologías y aplicaciones de procesos empresariales que impulsan la transformación digital. TWENTY2X ofrecerá exposiciones, conferencias y networking. El certamen tendrá lugar de forma híbrida: en formato presencial y digital.



ENERO 2021**11/14**
CESFeria de Electrónica de Consumo.
EDICIÓN ONLINE
www.ces.tech**14/16****ISPO Beijing**Feria internacional del mercado del deporte *Beijing (China)*
www.ispo.com/en/beijing**20/22****Wearable Expo**Exposición internacional especializada en dispositivos wearables y tecnología
Tokyo (Japón)
www.wearable-expo.jp**24/26****Prolight+Sound Middle East**Feria internacional del iluminación profesional, audio y tecnología AV
Dubai (UAE)
www.pls.ae.messefrankfurt.com/dubai/en.html**FEBRERO 2021****01/05****ISPO Munich**Feria internacional del mercado del deporte
EDICIÓN ONLINE
www.ispo.com/en/munich**MARZO 2021****11/13****Interiorlifestyle India**Feria del hábitat y la decoración.
Mumbai (India)
www.interiorlifestyle-ambiente.in.messefrankfurt.com/mumbai/en.html**16/18****TWENTY2X**Feria de tecnología informática para pymes.
Munich (Alemania)
www.twenty2x.de**26/30****Maison & Object**Feria de artículos para el hogar.
París (Francia)
www.maison-objet.com**30/01****Toy & Edu China 2021**Feria de juguetes y educación.
Shenzhen (China)
www.shenzhen-international-toy-and-education-fair.hk.messefrankfurt.com**ABRIL 2021****13/16****Prolight+Sound**Feria internacional del iluminación profesional, audio y tecnología AV
Frankfurt (Alemania)
www.pls.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html**17/20****International Consumer Goods Show**Feria internacional de bienes de consumo.
Frankfurt (Alemania)
www.consumergoodsshow.messefrankfurt.com**MAYO 2021****04/06****Smtconnect**Feria profesional para la producción de electrónica. *Nuremberg (Alemania)*
www.smt.mesago.com/events/en.html**16/19****Prolight + Sound Guangzhou**Feria internacional del iluminación profesional, audio y tecnología AV.
Guangzhou (China)
www.prolight-sound-guangzhou.hk.messefrankfurt.com/guangzhou/en.html**19/21****Interiorlifestyle**Feria de diseño de interiores y estilo de vida. *Tokyo (Japón)*
www.interior-lifestyle.jp.messefrankfurt.com/japan/en.html**24/26****Gifts & Lifestyle Middle East**Feria de artículos de regalo y estilo de vida. *Dubai (UAE)*
www.gifts-lifestyle-middle-east.ae.messefrankfurt.com/dubai/en.html**JUNIO 2021****28/01****MWC Barcelona**Feria y congreso internacional de telefonía móvil.
Barcelona (España)
www.mwcbarcelona.com***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.

**JUNTOS
DAREMOS
LA
VUELTA
A LA
SITUACIÓN**

sonitrón

Centro de planchado diseñado en España que elimina virus y bacterias



PL2650 Space Healthy

ufesa

En continua evolución