

**LUCHA DE TITANES:**  
BRICK & MORTAR VS ECOMMERCE

**LA TORMENTA PERFECTA:**  
UN AÑO CLAVE PARA EL MERCADO  
DE TELEVISORES

**LA SALUD PASA**  
POR LA COCINA

**CUIDADO PERSONAL:**  
A IMAGEN Y SEMEJANZA  
DE MI INFLUENCER

## bolero

DRESSCODE



NUEVA GAMA DE LAVADORAS

## Tecnología diseñada para ti

Descubre Bolero DressCode, las lavadoras de última tecnología de Cecotec. Con motor Inverter Plus, desinfección por vapor, hasta 12 kg de carga, sistema de autolimpieza, tambor hexagonal...

Tecnología diseñada para ti, y para todos.

cecotec



La tecnología que respiras

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



La tecnología que respiras

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

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

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



**Tecnología Flash Streamer:**

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



**Filtro de Apatito de Titanio:**

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



**Tecnología de humectación:**

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



**Filtro autolimpiable:**

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

Algo esencial para tu familia, hoy y siempre.



**437**  
En portada



**sonitrón**

**4 Editorial**

El primer engranaje

**6 On - Off**

**8 Curiosidades**

**Actualidad**

**10** Ingram Micro e IDC se unen para ayudar a la digitalización de las pymes a través del canal IT

**12** Beko, por la mejora de la experiencia del usuario en la cocina

**14** Nueva gama de frigoríficos retro de Fagor Electrodoméstico

**16** Lucha de titanes: Brick & Mortar vs eCommerce

**22** Breves

**Producto**

**24** La tormenta perfecta: un año clave para el mercado de televisores

**30** La salud pasa por la cocina

**38** Cuidado personal: a imagen y semejanza de mi influencer

**Ferias**

**44** La organización de IFA suspende la edición de 2021 y mira ya a 2022

**46** MWC 2021: el formato híbrido como respuesta a las cancelaciones

**48** Así será C&R 2021: un evento híbrido con la innovación y la sostenibilidad de protagonistas

**49** Breves

**50** Calendario



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

**Dirección arte / diseño** Xavier Lanzas xavi@doriagm.com  
**Suscripciones** contabilidad@doriagm.com  
**Impresión** Comgrafic, S.A.  
 D.L.: B-33-762-67



# El primer engranaje

■ Parece que nunca llueve a gusto de todos. En la actual situación en la que la demanda del mercado está creciendo, porque durante la pandemia mucha gente ha conseguido ahorrar y todo lo relacionado con el equipamiento del hogar está experimentando un *boom* significativo, justo ahora, el problema es la disponibilidad de producto. Falta producto para hacer frente a la demanda actual. En este contexto es en el que cobra todo su protagonismo la industria, el valor fabril, el producto como primer engranaje de toda la cadena que mueve el mercado y la economía. En esta situación, aquel que disponga de centros de producción y que tuviera un remanente de materias primas y componentes -porque el suministro de materias primas es otra de las caras del problema- ese ahora está triunfando.

En las situaciones de crisis generalizada, las gentes del campo, con cuatro gallinas, un cerdo y un poco de tierra, pasaban; algo imposible para sus congéneres urbanitas. La actual situación, salvando las distancias vendría a poder en valor el principal activo del sector: el producto, y su control total, que pasa por la fábrica. Un modelo que genera valor allá donde está implantado, que en su día se fue y que, tal y como están las cosas, seguro que muchos lo echan más de menos que nunca.

# sinersis



Más de  
**1500**  
puntos  
de venta.



**1** de cada **4**  
electrodomésticos  
se vende  
en nuestras  
tiendas.

MÁS DE  
**5000**  
PUESTOS DE TRABAJO



El mayor  
generador  
de empleo  
en nuestro  
sector.



Situados  
en el #TOP 25  
Retail Non Food  
España.  
Facturación  
agredada

Somos la fuerza  
del Pequeño Comercio

# sinersis

 MILAR

 euronics

 Tien21

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

## ON

■ Oppo es una marca relativamente joven, nacida en 2004 en China, que entró en el mercado de la telefonía móvil en 2010. En estos algo más de 10 años, ha conseguido situarse como el cuarto fabricante mundial por número de teléfonos móviles vendidos. La marca está presente en más de 40 países y en enero de este año fue el número uno en ventas (unidades) en el mercado chino.

A nivel español, Oppo ha conseguido colarse en el top 4 de los fabricantes con mayor número de unidades comercializadas y una cuota de mercado del 11,9%. Para explicar este crecimiento meteórico de Oppo en tan poco tiempo hay que tener en cuenta los aciertos en la estrategia de la compañía: liderar el 5G, cuidar la imagen (tanto con las cámaras como con las pantallas de sus dispositivos) y apostar por la potencia de sus baterías (en capacidad y con sus sistema de carga rápida).



## OFF

■ La firma de ciberseguridad SafetyDetectives destapó una trama organizada de reseñas falsas que afecta a Amazon, gracias a una brecha en la base de datos abierta ElasticSearch. La información descubierta incluía mensajes directos entre los proveedores de la plataforma y los clientes en los que quedaba claro que estos últimos participaban y recibían dinero a cambio del montaje propuesto por los proveedores implicados. Concretamente, tras entrar a formar parte de la propuesta de producto ofrecida por la marca, compraban el artículo, lo recibían, realizaban una valoración positiva con la máxima puntuación y facilitaban una cuenta de PayPal al vendedor para que les efectuara el reembolso.

En total se han descubierto 13 millones de registros en los que aparecen los detalles de los vendedores, muchos de China, además de datos personales de los usuarios, la mayoría, de Estados Unidos y Europa.

# LLEGA LA INDUCCIÓN INTELIGENTE

Nueva placa **DirectSense**



Donde se cocina la vida



### Cardlax EarBuds Washer

La Cardlax EarBuds Washer es una mini lavadora para limpiar y pulir los AirPods y otros auriculares inalámbricos de otras marcas.

Este aparatito cuenta con alimentación a través de puerto USB-C y dispone de un cepillo, que limpia el interior y una esponja impregnada con un líquido de limpieza antibacteriano, también incluido en un pequeño spray, que deja los auriculares como nuevos.

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

### Philips EyeComfort

Signify, referente mundial en soluciones de iluminación, incorpora el ventilador de techo Philips EyeComfort a su gama de productos de iluminación, caracterizada por cumplir con sólidos criterios de bienestar visual y auditivo.

En este caso, el nuevo ventilador tiene capacidad para refrescar estancias de una forma gradual y silenciosa. Además de su función de ventilación, cuenta con tres grados de iluminación y funciones de temporización que proporcionan comodidad y bienestar. [www.signify.com](http://www.signify.com)



### Flipr Start

Para los afortunados que tengan piscina en casa, ahora que llega el verano, Flipr Start permite monitorizar en tiempo real el estado del agua y ahorrar hasta un 27% en costes de mantenimiento e insumos. Este pequeño delfín navega por la piscina enviando información en tiempo real a una aplicación móvil desde donde es posible visualizar todos los datos en tiempo real así como el registro histórico a través de un timeline diario con toda la información. Funciona con piscinas con métodos de desinfección con cloro, bromo, sal y Spas.

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



## Envasadora Portátil Fresh Saver

FoodSaver, marca líder en envasado al vacío, presenta su envasadora compacta y portátil Fresh Saver, para mantener los alimentos frescos hasta el doble de tiempo independientemente de dónde se esté. Fresh Saver es perfecta para el día a día. De peso muy ligero y carga inalámbrica, su sencillo mecanismo consigue que, con tan solo un toque y de manera silenciosa, sea posible

envasar alimentos en recipientes Fresh Containers y bolsas con cierre tipo zip. Además, una carga puede realizar hasta 100 envasados. [www.foodsaver.com.es](http://www.foodsaver.com.es)

## Ventilador de techo con nebulizador incorporado

SÚLION, empresa española pionera en ventiladores de techo, lanza nuevos modelos de ventiladores de techo para 2021. Su nuevo portfolio introduce nuevos ventiladores de techo para exteriores con nebulizador incorporado gracias a un depósito de agua rellenable que tiene hasta 6 horas de autonomía. [www.sulion.es](http://www.sulion.es)



## Horno con placas de cocción TO 2065

De Severin es el horno con placas de cocina TO 2065, un verdadero "todoterreno" para cocinar. Este original horno incluye función grill con asador giratorio y soporte para pollo asado. También permite hornear desde patatas fritas hasta pasteles, gracias al calor superior/inferior, la función de circulación de aire y la rejilla, y la bandeja que incluye. Asimismo, incorpora dos fuegos en la parte superior para cocinar de forma adicional con ollas o sartenes. Otras características incluyen su potencia total de 2.500 W, sus 30 l de capacidad, luz interior y revestimiento de alta calidad antiadherente para una fácil limpieza. [www.severin.com](http://www.severin.com)

# Ingram Micro e IDC se unen para ayudar a la digitalización de las pymes a través del canal IT

El pasado 26 de mayo, tuvo lugar la presentación online del acuerdo que el mayorista Ingram Micro y la consultora tecnológica IDC han puesto en marcha para ayudar a las pymes españolas a digitalizarse, aprovechando el actual contexto de fondos europeos.

---

■ Responsables de IDC e Ingram Micro España coincidieron en señalar el actual momento como histórico para avanzar en la digitalización de las pequeñas y medianas empresas. En primer lugar, porque la pandemia ha acelerado un proceso que no ha sido circunstancial sino estructural. En segundo lugar, porque este cambio necesario hacia la tecnologización de las pymes no tiene marcha atrás y porque está prácticamente todo por hacer (sólo el 15% del del gasto en TI corresponde a las pymes); y además, porque las ayudas públicas específicas de los fondos europeos para la recuperación suponen una oportunidad única.

Con todo este telón de fondo, IDC e Ingram Micro consideran que el canal es el mejor vehículo para llegar a las pymes y acompañarlas en su camino hacia la digitalización.

José Antonio Cano, responsable de análisis y consultoría

de IDC España habló del actual escenario de recuperación del mercado de las TIC en España, con nichos como el de los servicios profesionales, las administraciones públicas la salud o el retail, con especial potencial, y con palancas como el trabajo en remoto o la ciberseguridad. Cano recordó también que se esperan importantes ayudas financieras, como los 70.000 millones de euros del Plan España Digital 2020-2025, entre otras.

Otro de los temas comentados fue la necesidad por parte de las empresas de hacer un enfoque más sobre servicios que sobre productos; o que los programas de partners se centrarán cada vez más en el éxito del cliente. También, que la inteligencia artificial se involucrará para mejorar los programas de partners, minimizando la parte burocrática y aportando eficiencia y agilidad. Asimismo, otro de los aspectos señalados por Cano fue el reenfoque de la rentabilidad del partner, además de la formación orientada al

desarrollo de capacidades. A medida que crece la volatilidad del mercado, apuntó, cobra importancia la colaboración y el partner.

Por su parte, Alberto Pascual, Executive director de Ingram Micro Iberia, dijo que la distribución IT creció un 12% en 2020 y que en el primer cuatrimestre de 2021 ha prácticamente doblado su crecimiento. En este sentido, explicó que la alianza con IDC permitirá avanzar a las tendencias y capacitar al canal para hacer posible el cambio de modelo. En este sentido, se refirió a IDC como un aliado clave para adelantarse a lo que viene, y al canal de distribución como el mejor vehículo para llegar al atomizado tejido empresarial español. Así, explicó la iniciativa SMB Alliance, impulsada por el mayorista para ayudar al canal con herramientas para identificar oportunidades, con eventos exclusivos por sectores verticales, con casos de

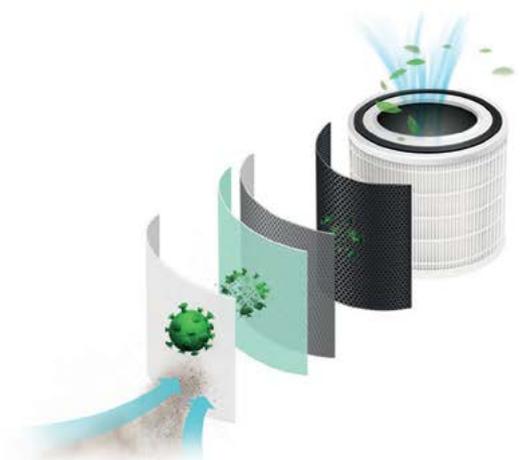
éxito y soluciones específicas para cada sector. Pascual mencionó que han creado una herramienta que permite conocer a cada empresa cuál es su grado de digitalización y genera un informe con una hoja de ruta, costes y el retorno de la inversión. También herramientas de seguridad. La idea es capacitar al canal de manera que sea un consultor para las pymes. Para visibilizarlo han puesto en marcha Tecnohub Consulting que pretende servir como integrador de integradores. Ingram ha creado también el Centro de Recursos Next Gen EU para centralizar y ayudar a las empresas a acceder a los fondos de ayuda europeos.

De momento, la iniciativa ya cuenta con el apoyo de marcas como Intel, HP, Microsoft, Life is On, APC, Eaton, Poly, Samsung V7 Seven y Zebra.

[www.es-new.ingrammicro.com/Site/home](http://www.es-new.ingrammicro.com/Site/home)

Atrapa y mata más del 99,97% de virus y bacterias incluido el Sars-CoV2.

Purifica el aire que respiras



Los nuevos Purificadores UFESA son los únicos que atrapan y matan el Sars-COV 2 con una eficacia de más del 99,97%\* gracias al sistema patentado de 4 filtros: Pre-filtro, filtro HEPA 13 antimicrobiano, filtro de carbono activo y filtro UV. Capturan todo tipo de virus y bacterias, ácaros, polen, pelo de animal, humos y malos olores produciendo un soplo de aire puro en tu hogar.

Descubre nuestra gama de purificadores en [Ufesa.es](http://Ufesa.es)

\*Tests realizados con Sars-CoV2 en laboratorios externos certificados

# Beko, por la mejora de la experiencia del usuario en la cocina

Además de mejorar la experiencia del usuario en la cocina con soluciones tecnológicas y de diseño que dan respuesta a sus necesidades fruto de la pandemia, Beko ha puesto en marcha el nuevo site [bekoexperience.com](https://bekoexperience.com).

---

■ El pasado 27 de mayo, Beko anunció la puesta en marcha del nuevo espacio virtual <https://bekoexperience.com> para mejorar la experiencia de usuario en la cocina. El nuevo espacio ofrece consejos de expertos como el cocinero Martín Berasategui o la diseñadora de interiores Sofía Paraplúie, para sacar el máximo partido a los electrodomésticos de Beko.

El sitio quiere servir asimismo para que los usuarios también puedan compartir sus propias experiencias y que ello pueda ayudar a Beko para mejorar y adaptar sus productos a lo que el cliente realmente necesita. Se trata de un canal abierto con contenidos de valor y eventos que permitirán a la marca estar aún más cerca de los usuarios.

Beko anunció este nuevo canal experiencial para usuario final en un evento online, conducido por la modelo Judit Mascó y en el que también ofreció algunos datos

---

Con sus nuevos electrodomésticos de encastre, Beko ha sabido adaptarse a las nuevas necesidades de los usuarios tras el confinamiento.

de un estudio que ponen de manifiesto la vuelta a las cocinas de los hogares españoles por la pandemia.

En el evento online también participaron el chef y embajador de Beko, Martín Berasategui; la diseñadora de interiores Sofía Paraplúie; y el responsable de marketing de Beko en nuestro país, Manuel Royo.

Los presentes coincidieron en señalar un antes y un después en la cocina con la pandemia, de manera que según



De izquierda a derecha, Manuel Royo, Judit Mascó, Martín Berasategui y Sofía Paraplúe, en la presentación del pasado 27 de mayo.

los datos del estudio de Beko, un tercio de los españoles asegura que ahora dedica más tiempo a la cocina que antes. Asimismo, el 23% de los hogares afirma que todos sus miembros participan a la hora de cocinar. Donde más evidente ha sido esa transformación es en los hogares con niños y niñas menores de 12 años: concretamente, el 41% de esos hogares afirma que ahora le presta más atención a la cocina.

Martín Berasategui recordó que actualmente ha cambiado la manera de ver la cocina doméstica. *Ahora -dijo el cocinero- toda la familia disfruta cocinando y los electrodomésticos son de gran ayuda en esta tarea. Tanto, que unos buenos electrodomésticos como los de Beko, durante el confinamiento han ayudado a muchos que pensaban que no tenían mano para la cocina a descubrir una nueva faceta que es fundamental; porque una alimentación adecuada es la base de nuestro bienestar.*

Por su parte, Sofía Paraplúe se refirió a algunas de las últimas tendencias en el diseño de cocinas, como los modelos abiertos e integrados con el salón; el estilo nórdico

minimalista; o el moderno, con variedad de colores más allá del blanco o los tonos de la madera. En definitiva, espacios en los que estar nos aporte valor y que nos despierten un sentimiento positivo.

En cuanto a Manuel Royo, repasó el carácter innovador de Beko que contribuye a satisfacer las nuevas necesidades de los usuarios y puso en valor la nueva gama de electrodomésticos de cocción de la marca en este contexto postpandemia. Así, mencionó sus hornos equipados con la tecnología AeroPerfect, que garantiza un resultado perfecto; o los hornos con vapor para una cocina sana y que también facilitan la limpieza.

También se ha refirió a la flexibilidad de configuración de sus placas de inducción con Zonas Duo que se adaptan automáticamente a diferentes medidas de cacerolas o sartenes; sus lavavajillas que ahorran agua y desinfectan, eliminando bacterias e incluso el coronavirus; o sus frigoríficos que simulan el ciclo solar para alargar la vida de frutas y verduras con todos sus nutrientes.

# Nueva gama de **frigoríficos retro** de Fagor Electrodoméstico

Disponibles a partir de junio de 2021, la nueva línea retro de frigoríficos de Fagor ha sido diseñada para cubrir las necesidades de todos los hogares siguiendo las últimas tendencias en combinación con el bagaje histórico de la marca.



■ Para hacer gala de su valor de marca con seis décadas a sus espaldas, Fagor acaba de lanzar una línea de frigoríficos, de diseño retro y estilo vintage, compuesta por cuatro modelos, disponibles en varios tamaños, formatos y colores (rojo, beige y negro). Así, el frigorífico combi (3FFV-1855) incluye congelador en la parte inferior y puertas divisorias. Además del cajón verdulero, cuenta con cajones congeladores de gran capacidad en la parte inferior. Es el de mayor tamaño (181,5 cm de alto x 55cm de ancho) y capacidad (208 litros). Por su parte, el modelo mini 'table top' (3FFV-855), está diseñado para colocarlo sobre la encimera. Mide 87,5cm de alto y 55cm de ancho y tiene una capacidad de 106 litros.

En cuanto al modelo con una única puerta y sin congelador, al más puro estilo vintage (3FLV-1455), es el más estrecho de todos. Tiene unas medidas de 144 x 44 cm de ancho, y una capacidad de 229 litros.

El cuarto integrante (3FFV-1455) presenta dos puertas independientes con tiradores que dividen el frigorífico de la zona superior, destinada a congelador. Mide 144cm de alto y 55cm de ancho y su capacidad máxima es de 208 litros.

Todos los frigoríficos de la gama retro son clase E, consumen hasta un 20% menos que los de clase F. Además, están equipados con luces LED de bajo consumo que mejoran la visibilidad del interior.

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



# SOGO®

Human Technology



Ver vídeo

## BATIDORA MIXMASTER



SS-5525



SS-5525-WS



# Lucha de titanes: **Brick & Mortar** vs **eCommerce**

El retail físico encuentra en los servicios una oportunidad para diversificar su negocio y ofrecer valor añadido a sus clientes.

---

■ La pandemia por Covid-19 ha supuesto un cambio de paradigma a nivel global. El confinamiento y las posteriores restricciones han puesto en jaque al comercio internacional y han acelerado la digitalización del proceso de compra-venta. El Observatorio Cetelem ha presentado recientemente su estudio "Consumo España 2020", en el que confirma el dominio de la tienda online durante el pasado año.

## El auge del eCommerce

Según el informe del Observatorio Cetelem, las tiendas virtuales fueron el canal de compra favorito en todos los sectores (excepto en el caso del mueble). Concretamente, la categoría de los electrodomésticos y la tecnología se distribuye de la siguiente forma: un 47% corresponde al eCommerce (un 14% más que en 2019), un 17% a las grandes superficies especializadas y un 14% a grandes alma-

cenas. Además, el 30% de los encuestados por Cetelem asegura que seguirá comprando online sus electrodomésticos y artículos tecnológicos una vez acabe la pandemia.

Estas cifras ponen de manifiesto la importancia del canal online, que gana cada vez más adeptos. Concretamente, en 2020 el 50% de consumidores digitales apostaron por los Marketplace, el 38% compraron a través de la web oficial de las tiendas y el 15% se dirigió directamente a la web del fabricante.

Entre los atributos del eCommerce destacan, por orden de importancia: la posibilidad de comprar desde casa (62%), evitar aglomeraciones (42%), comprar a cualquier hora del día (35%), reducir desplazamientos (34%), recibir el producto en casa (32%), la simplicidad del proceso de compra (20%), los gastos de envío gratuitos (18%) y la gran variedad de opciones (15%), entre otros.

Por otro lado, el comercio electrónico presenta también algunos puntos débiles, entre los cuales cabe mencionar: la imposibilidad de ver el producto antes de comprarlo (55%), los portes de envío (44%), la espera para recibir el producto (33%), la dificultad para hacer devoluciones (32%), ir a una oficina de Correos si fracasa la entrega (23%), la desconfianza ante la calidad de los artículos (21%) y la falta de opinión o asesoramiento (13%), entre otros.

## Brick & Mortar

El retail físico, por su parte, no solo ha tenido que hacer frente a las severas restricciones surgidas a raíz del Covid-19, sino que se enfrenta a un ritmo de digitalización del proceso de compra y a una penetración del canal de venta online sin precedentes. Esta nueva realidad hace que, ahora más que nunca, las tiendas físicas deban sacar toda la artillería para seducir al consumidor y proteger su cuota de mercado.

Entre los atributos del comercio físico tradicional destacan el asesoramiento por parte del personal de tienda, la posibilidad de ver el producto antes de comprarlo y la adquisición inmediata del mismo. Sin embargo, y a pesar de la importancia de estas prestaciones, los beneficios que conlleva el comercio físico de forma inherente ya no son suficientes.

La realidad está poniendo de manifiesto que el futuro de la distribución física pasa por ofrecer un valor añadido que vaya más allá del propio producto, que ya se puede adquirir desde cualquier lugar a golpe de clic. Esta responsabilidad recae -en gran parte- sobre los servicios; unas prestaciones que se daban por sentadas en el comercio tradicional pero que el eCommerce ha puesto en valor, demostrando que no siempre están incluidas y que hay que pagar por ellas.

## Servicios como valor añadido

Cada vez son más los puntos de venta físicos que están trabajando para ampliar su oferta de servicios con el objetivo de mejorar la atención al cliente y seguir siendo el canal favorito de muchos consumidores. Centrándonos en el segmento de los electrodomésticos y la electrónica de consumo, algunos ejemplos de ello son la instalación, la extensión de garantías, la venta de seguros e incluso el suministro de energía, entre otros.

Exponemos a continuación algunos casos prácticos de servicios ofrecidos por parte de grandes compañías del sector electro:

### MediaMarkt

MediaMarkt es uno de los máximos exponentes en la oferta de servicios de alto valor añadido. La multinacional alemana no solo comercializa gama electro, sino que ofrece también seguros para dispositivos, reparaciones, instalaciones, financiación, tarifas de telefonía y energía, asistencia tecnológica, seguros de movilidad urbana, talleres y formaciones, e incluso un personal shopper, entre otros.



MediaMarkt

Destaca la colaboración entre MediaMarkt y Zurich para ofrecer seguros de responsabilidad civil para patinetes y bicicletas eléctricas. La alianza es una muestra más del firme compromiso de ambas compañías por adaptarse a las necesidades de los clientes y avanzar en el desarrollo de la movilidad urbana con seguridad y protección.

Igualmente interesante es la figura del personal shopper, incorporada a MediaMarkt España a finales del año 2020. Este nuevo servicio gratuito consiste en ofrecer asesoramiento personalizado a los clientes a través de una llamada o videollamada con un experto de MediaMarkt. Las previsiones indican que en los próximos meses se alcanzarán las 1.000 citas diarias y unas 6.000 semanales.

MediaMarkt ofrece también un servicio Click & Go, que se ha ampliado a raíz del auge de las compras sin contacto durante la pandemia. De esta manera, la empresa quiere facilitar la recogida de pedidos online al mismo tiempo que permite al usuario disponer de sus pedidos sin esperar.

Igualmente interesante es la apuesta de MediaMarkt por las energías renovables. A mediados de 2020 la división Iberia de la multinacional alemana sacó a la venta soluciones de energía renovable, poniendo a disposición del consumidor placas solares para el autoconsumo. Además, desde finales de 2019, MediaMarkt está aliada con la energética EDP Residencial para comercializar luz, gas y otros servicios energéticos procedentes de fuentes renovables. En esta misma línea, MediaMarkt se ha asociado con los principales operadores telefónicos para ofrecer a sus clientes las mejores tarifas.

El pago puede ser una cuestión controvertida. Conscientes de ello, las empresas ofrecen múltiples opciones a los compradores para facilitarles este trámite. MediaMarkt ha ido un paso más allá y ha incorporado Bizum -famoso por sus transferencias, seguras, fáciles y rápidas- entre sus métodos de pago.

La logística es también muy importante para los retailers. MediaMarkt apuesta por las alianzas con empresas del sector logístico para garantizar un servicio eficiente incluso durante los picos de demanda. Una de sus últimas colaboraciones ha sido con XPO Logistics, que facilita la entrega a domicilio de productos de gran tamaño comprados en MediaMarkt mediante los 60 centros de la red capilar de transporte de la compañía logística en España. El servicio integral incluye la instalación y puesta en marcha de los productos pedidos, así como la retirada y el reciclaje de los antiguos. Además de XPO, MediaMarkt Iberia cuenta con otros partners logísticos: Correos, Seur, MRW, UPS, Paack, ID Logistics y Celeritas.

Destacar también los Planes Renove impulsados por MediaMarkt. Se trata de una campaña que lanza la multinacional de forma recurrente para fomentar la compra de nuevos dispositivos electrónicos en sustitución de los antiguos. El Plan Renove no solo ofrece descuentos sino que ayuda al usuario a afrontar la compra de un nuevo artículo dándole dinero a cambio de la entrega del dispositivo antiguo.

Y por último, pero no menos importante, MediaMarkt ha puesto en marcha un servicio de alquiler y renting para electrodomésticos y electrónica de consumo. Este nuevo concepto responde a las necesidades del consumidor actual: el cliente valora más las ventajas que le ofrece el producto que la tenencia del mismo.

### **Miró**

Igualmente interesante es el caso de Miró, que ofrece seguros para patinetes eléctricos, garantías totales, servicios de puesta en marcha, financiación a medida, transporte a domicilio y especialistas para asesorar al cliente en sus decisiones de compra.

Miró apuesta por nuevos formatos de tienda física: las Digital Store y las Pop-up Store. Las primeras son un tipo

de establecimiento que fusiona el concepto de tienda de proximidad urbana con una amplia oferta de productos y servicios enfocada al entorno digital. La principal novedad del concepto Miró Digital Store es el servicio de acceso al catálogo digital. Con la ayuda del personal especializado de Miró, el cliente puede consultar en una pantalla más de 20.000 referencias. Además, los empleados ofrecen al consumidor consejos, sugerencias y apoyo. Las Pop-up Store, por su parte, son puntos de venta temporales orientados a acercarse al cliente, especialmente en fechas señaladas como Navidad, Reyes, rebajas, el Black Friday o el Cyber Monday.

Igual que en el caso anterior, Miró también ha aprovechado el auge de los patinetes eléctricos en la movilidad urbana. Desde hace prácticamente dos años, la cadena cuenta con un acuerdo con el RACC (Real Automóvil Club de Cataluña) para la venta de una modalidad de seguro para patinetes: los RACC Scot. De esta manera, Miró pone a la disposición de sus clientes la posibilidad de contratar una modalidad asistencial y una cobertura específica para este tipo de transporte.

Miró.



La voluntad de las empresas del sector electro de mejorar la relación con sus clientes pasa también por el lanzamiento de nuevos artículos: diversificación de la oferta. En este sentido, Miró incorporó, a mediados de 2020, una sección de soluciones para jardín y terraza y otra de productos para el descanso. En la primera sección, los consumidores pueden encontrar parasoles, mesas y sillas de exterior, tumbonas, e incluso tiendas de campaña o barbacoas; mientras la segunda incluye un gran repertorio de sofás, colchones, canapés y mesitas de noche.

### Worten

Worten ha anunciado recientemente la ampliación de las ventajas de su tarjeta propia MasterCard: el servicio de entregas será gratuito. Esta decisión se ha tomado tras detectar que su tasa de conversión crece hasta en un 35% durante los periodos promocionales que cubren las entregas. Más allá de los envíos gratis, los titulares de una Worten MasterCard podrán financiar sus compras y acceder a las distintas campañas de bonificación como la devolución de dinero por las compras realizadas en otros establecimientos.

Antes de cerrar 2020 la compañía lanzó la iniciativa "Worten te cuida" en colaboración con la Fundación Alares para ofrecer servicios de apoyo al cuidado de personas mayores y a la conciliación familiar. El servicio de asistencia personal Premium de Worten y Alares, Cariño para Mayores, ofrece atención las 24 horas. El que está orientado a la conciliación familiar, por su parte, incluye un asistente personal las 24 horas del día para recibir apoyo en la gestión de labores domésticas, el acompañamiento, los cuidados a domicilio o en el hospital y la entrega de medicamentos, entre otros.

Igualmente interesante es la colaboración entre Worten y TechBuddy, orientada a ofrecer un nuevo servicio de reparación y asistencia a domicilio para las incidencias de

productos tecnológicos. Al solicitarlo al minorista, uno de los técnicos de TechBuddy acudirá a la dirección acordada.

Destacar, finalmente, la alianza entre Worten y la energética EDP para vender instalaciones fotovoltaicas a particulares (una tendencia que lanzó MediaMarkt). El minorista pone la plataforma de venta y asesora a sus clientes, mientras la energética se encarga del resto: desde gestionar y solicitar los permisos administrativos necesarios hasta realizar el montaje y la puesta en marcha. Una vez realizada la instalación, los clientes pueden monitorizar el estado de su instalación en tiempo real para conocer la producción y el autoconsumo y optimizar su rendimiento.

### El Corte Inglés

Una de las últimas apuestas que ha hecho El Corte Inglés en el segmento de los servicios es el lanzamiento de un operador virtual de móvil y fibra. Gracias a su alianza con MásMóvil, ECI brindará una oferta de servicios convergentes de telecomunicaciones de fibra y móvil a través de "Sweno", su marca propia. El acuerdo le permitirá a ECI combinar su oferta de tecnología con servicios de telecomunicaciones, especialmente en el entorno del hogar inteligente, y diversificar su actividad con el lanzamiento de estos servicios de nueva generación.

Además, a mediados de marzo, El Corte Inglés anunció su apuesta por reconvertir su tienda de Eibar (Guipúzcoa). Las instalaciones acogerán una dark store, un punto de venta convertido en centro de distribución; un digital contact hub, punto de soporte para todas sus áreas de negocio; y un área de venta digital, que permite a los consumidores acceder al catálogo virtual de ECI, hacer el pedido online y recibirlo directamente en su casa o en el punto Click&Collect ubicado en el propio centro ECI de Eibar. Este espacio contará con un catálogo de servicios que abarca desde la información y atención al cliente, hasta la resolución de incidencias, entre otras operaciones.

### Fnac

La apuesta de Fnac es muy interesante: ha decidido diferenciarse de su competencia y aportar valor añadido a sus clientes a través de una agenda cultural propia y un completo calendario de eventos en sus tiendas. En sus establecimientos se firman y presentan libros y discos, se realizan performances artísticas, exposiciones, cursos e incluso pequeños conciertos. Estas actividades materializan la apuesta de Fnac por la cultura, atraen a posibles consumidores y ayudan a fidelizar a sus clientes.

Además de su apuesta cultural, el rasgo más distintivo del grupo, Fnac también ofrece otros servicios a sus clientes. Entre estos destacan el servicio técnico y la asistencia informática tanto remota como presencial, la garantía para móviles y equipos multimedia, los seguros y el hosting y web services. Igualmente interesante son la membresía al Club Fnac, que ofrece dos años de descuentos y ventajas; su servicio de alertas para estar al día de las últimas novedades; la financiación de las compras; y el servicio de recogida y reciclaje de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE).



Conxita Herrero realiza en Fnac Callao una intervención artística en directo.

## PcComponentes

Mencionar, finalmente, un ejemplo del caso contrario: un pure player que ha decidido apostar por los espacios físicos atraído por su gran potencial en la fidelización del cliente. El objetivo es estar más cerca de sus consumidores, ofrecerles experiencias inmersivas, enriquecedoras e innovadoras y construir una comunidad de usuarios con intereses comunes.

Se trata de PcComponentes y lo ha hecho a través del concepto "Xperience Center". Ubicado en Barcelona, este centro se define como un espacio generador de experiencias orientadas a los clientes de PcComponentes. En el Xperience Center se pueden descubrir en primera persona los últimos lanzamientos en gaming, informática, hogar y movilidad urbana; aprender gracias a mentores y expertos en productos; conectar con una comunidad global; y realizar talleres y workshops sobre tecnología.

Además, PcComponentes cuenta también con dos tiendas físicas en Madrid y Alhama de Murcia. Son auténticos

espacios tecnológicos donde un equipo de profesionales ofrece asesoramiento al consumidor en el proceso de compra. Entre los servicios que ofrecen las tiendas destacan: recogida exprés, pago en tienda, servicio postventa, financiación, asesoramiento y zona wi-fi gratis.

## Fronteras líquidas entre canales

Los ejemplos anteriores ponen de manifiesto la importancia de situar al cliente en el centro de cualquier decisión empresarial. El auge del eCommerce ha propiciado la creación de muchas empresas, provocando un aumento de la competencia y reduciendo la fidelidad del consumidor. Esta realidad obliga a los retailers a buscar nuevas líneas de negocio que aporten un valor añadido a sus clientes y garanticen la viabilidad económica de la propia compañía.

Los servicios juegan un importante papel en esta labor, ya que suponen una nueva línea de ingresos para los retailers y mejoran la satisfacción del cliente, una cuestión clave para fidelizarlo.

*Primer Xperience Center tecnológico de PcComponentes en Barcelona.*



## Las ventas de móviles aumentan un 25% en el primer trimestre de 2021

Según IDC, el mercado de los smartphones ha registrado un aumento de las ventas del 25,5% interanual, alcanzando prácticamente los 346 millones de dispositivos. El fuerte crecimiento proviene de la región China (30%) y Asia /Pacífico (28%).

## El mercado de ordenadores crecerá un 18,1% en 2021 según IDC

A pesar de la escasez de semiconductores, las ventas de PC aumentarán un 18,1% en 2021 y las previsiones del mercado serán prósperas, alcanzando los 357 millones de unidades. La tasa de crecimiento anual compuesta a 5 años del 3% sigue siendo también positiva.

## 1 de cada 10 consumidores ha aumentado el gasto en tecnología

Según los datos de AECOC Shoperview, el 13% de los consumidores ha aumentado el gasto en tecnología de consumo durante la pandemia. Un 59% ha mantenido la inversión en este tipo de productos, y un 28% la ha reducido.

## El mercado de dispositivos de consumo crecerá tras la pandemia

Los mercados de dispositivos 5G, tecnología UWB, wearables y dispositivos de control por voz presentarán un crecimiento exponencial en 2021, según ABI Research. Estas previsiones se sustentan en base a la resistencia que demostró el mercado en 2020.

## Fallece Pepe Longás, el máximo responsable de BSH España entre 2000 y 2017

Longás, fallecido a los 69 años, era una persona muy apreciada y respetada en el sector. Firme defensor de la formación y de la innovación, presidió la Asociación Nacional de Fabricantes de Electrodomésticos y fue uno de los artífices del liderazgo de BSH en España.

## Las ventas en el mercado de los wearables crecen un 28,4% en 2020

Según IDC, el mercado de wearables vendió 153,3 millones de unidades durante el Q4 de 2020, registrando un crecimiento interanual fue del 27,2%. En el cómputo general de 2020, las ventas aumentaron un 28,4%, con 444,7 millones de unidades comercializadas.

## Samsung comercializará en España electrodomésticos a medida

Durante Bespoke Home 2021, Samsung anunció el lanzamiento de su gama de frigoríficos personalizables, que llega a España con un catálogo de más de 20 colores y 7 acabados. La gama se ampliará próximamente en EUA con un horno microondas y un lavavajillas.

## Smeg, entre las empresas italianas más sostenibles

Smeg encabeza la categoría de Bienes de consumo duraderos del informe "Estrellas verdes - Sostenibilidad 2021", del Instituto ITQF. Este reconocimiento confirma la atención que Smeg siempre ha dedicado a los temas de sostenibilidad social y ambiental.

## La innovadora gama de productos inteligentes de Hisense para 2021

Entre las novedades de Hisense destinadas a mejorar la experiencia tecnológica del usuario se encuentran: frigoríficos, lavadoras, lavavajillas, televisores, placas de inducción, hornos, aires acondicionados y purificadores.

## Seis productos Whirlpool galardonados en los iF Design Awards

Los dispositivos premiados en los iF Design Awards 2021 los firman Whirlpool, Bauknecht y Kitchen Aid. Entre ellos la compañía ha destacado dos gamas: la de hornos de encastre con vapor W11 y la de lavavajillas W Collection Supreme Clean.

## La nueva normalidad ha hecho a los españoles más gamers

Según un estudio de PcComponentes y Beruby, muchos usuarios han descubierto o redescubierto el mundo del videojuego. Concretamente, más del 61% confiesa que ha incrementado el tiempo que dedican a jugar. De hecho, el 22% lo ha duplicado.

## MediaMarkt ya ha inaugurado todas las tiendas que compró a Worten

El 24 de abril MediaMarkt finalizó el proceso de integración de las 17 tiendas Worten que adquirió en enero. Tras la operación, la compañía amplía su superficie comercial un 8% y aumenta su plantilla hasta las 7.000 personas.

## Estos son los RAEE que más se reciclaron en 2020

Según Fundación Ecolec, los RAEE más reciclados el año pasado fueron los electrodomésticos de gran tamaño y los aparatos de intercambio de temperatura. Cada una de estas categorías registró 67.154,7 toneladas y 32.759,7 toneladas, respectivamente.

## Reacondicionar un teléfono reduce en un 84% las emisiones de CO<sub>2</sub>

El reacondicionamiento de un móvil permite ahorrar un 84% de las emisiones de CO<sub>2</sub>, equivalente al dióxido de carbono que desecha un árbol adulto durante un año y medio. Además, estos dispositivos pueden llegar a ser un 50% más baratos que los nuevos.

## Los premios RedDot reconocen el diseño del Grupo Electrolux

Las marcas Electrolux y AEG han recibido premios RedDot en áreas como la innovación, la funcionalidad, la calidad y la ergonomía. Los cuatro dispositivos galardonados han sido purificadores, aspiradores sin cables y un tambor de lavadora.

## El aire acondicionado del futuro de Daikin gana el Global Cooling Prize

Daikin presentó a los Global Cooling Prize un prototipo de aire acondicionado que genera un impacto climático cinco veces inferior al de las unidades estándar. Como novedad, utiliza el calor de la vaporización del agua para aumentar su eficacia energética.

# La tormenta perfecta: Un año clave para el mercado de los **televisores**

El 2021 será el primer año en el que, si la COVID no lo impide, se celebrarán la Eurocopa y los Juegos Olímpicos en el mismo año. Dos eventos que, tradicionalmente, suelen impulsar las ventas de televisores en España.

---

■ El año pasado el televisor se convirtió en uno de los aparatos más importantes del hogar, sobre todo, por las horas de entretenimiento que llenó durante la cuarentena. En 2020 las ventas crecieron un 10%. Otros aspectos que impulsaron el mercado fueron el lanzamiento de las nuevas consolas y el aumento de usuarios en las plataformas de contenidos.

---

En un año marcado por la llegada de nuevas tecnologías y los grandes eventos deportivos las previsiones son muy optimistas.



Tras el confinamiento, los televisores de gran pulgada han sido los principales beneficiados. El principal tamaño de ventas es 55". Aunque se observó un fuerte crecimiento de los televisores de 60" y más. En este segmento de mercado, la calidad de imagen es fundamental. Las nuevas tecnologías de pantalla Micro-LED y LCD con retroiluminación Mini-LED son algunas de las tendencias que marcarán el mercado de consumo.

Por su parte, en la gama premium se registró un incremento de ventas en el segmento 8K, aunque los 4K en su variante Ultra HD siguen dominando el sector. Principalmente, por la falta de contenidos emitidos y en streaming compatibles con esta resolución. Aunque en octubre, RTVE fue pionera en la retransmisión en 8K mediante TDT. Una experiencia en la que participaron Samsung, Sony, Cellnex, Dolby, Sapec, Televes y Abacanto. De esta manera, 2021 se convertirá en un año de lanzamientos destacados, tras varios años de novedades modestas.

## Tendencias de consumo

Este año, con la vuelta paso a paso a la normalidad, las previsiones apuntan a que el consumo de televisión descenderá. Según Ymedia, bajará un 3,5% en el primer semestre de 2021 respecto al mismo período del año anterior. A pesar de la tendencia, si se comparan los resultados del estudio con los registrados en 2019, el consumo de televisión ha aumentado un 6,3%. Unos datos que confirmarían el impacto de la pandemia en los hábitos de consumo de televisión.

Un consumo que se verá beneficiado durante el verano de las grandes audiencias de las competiciones deportivas. Como también se beneficiarán las ventas de televisores. Las previsiones de las principales marcas apuntan a un crecimiento de hasta un 15%. Estos datos dependen de la evolución de la situación socioeconómica y si se permite la asistencia de público a estos eventos.



## Modo deportes

Además de trabajar la tecnología sonora para ofrecer un mejor rendimiento, la mayoría de las marcas han perfeccionado para 2021 el modo deportes. Esta calibración consiste en aplicar efectos sobre las imágenes y el sonido que permitan disfrutar de una experiencia lo más parecida a asistir presencialmente a la competición.

Normalmente, las marcas se limitaban a equalizar el audio para reforzar las frecuencias más graves consiguiendo un sonido más espectacular. En lo visual, los principales parámetros que sufren ajustes son la saturación y la temperatura del color, haciendo la imagen más llamativa. Algunas marcas, para adaptarse a las distintas competiciones, hilan más fino y permiten indicar el deporte. Una decisión que tiene cierto impacto, sobre todo, en el color predominante.

También, se ajusta el algoritmo de suavizado del movimiento, la atenuación de la retroiluminación, la corrección gamma y el realce de los bordes. Todo ello con el objetivo de incrementar la nitidez y reducir el desenfoque de movimiento. Para conseguirlo, introduce fotogramas generados de forma artificial entre los originales de la señal de vídeo. Por otro lado, en la configuración de color, prevalece una temperatura fría con blancos más intensos. Aunque, si el usuario lo desea, podrá reducir esta frialdad configurando los ajustes de imagen.

# Grundig



La marca ha presentado recientemente su nuevo catálogo de televisores conectados. Para 2021, apuestan por el sistema operativo **Android TV**. Una plataforma que permite a los usuarios disfrutar del mejor entretenimiento y la última tecnología en el televisor. Con Google Play, descargar aplicaciones y juegos es sencillo. La función Chromecast Built-In ofrece la posibilidad de compartir contenido desde un dispositivo móvil con el televisor de forma inalámbrica.

Así, el Grundig Android TV se convierte en el centro de entretenimiento del hogar poniendo a disposición del usuario una amplia oferta de películas, programas y servicios. Y no solo eso, gracias al Asistente de Google, permite realizar acciones solo con la voz a través del mando. Adicionalmente, convierte el televisor en el centro del hogar conectado para controlar la domótica del hogar.

Los paneles de los nuevos televisores Grundig presentan **tecnología OLED**. De esta forma, consigue reproducir imágenes fluidas con alto contraste. En este sentido, el procesamiento Motion Picture Improvement crea imágenes adicionales que se agregan entre las originales proporcionando una mejor representación de los movimientos. Respecto al color, las pantallas **Wide Color Gamut** emiten colores matizados, finos y realistas.

La experiencia audiovisual se completa con la tecnología **Magic Fidelity Pro**, garantizando una reproducción de sonido envolvente a través de los altavoces y el woofer. Un hardware combinado con sistemas de sonido de tres vías. Para ofrecer un audio lo más natural posible, el televisor emite sonido hacia adelante, hacia atrás y hacia abajo. De esta manera, el sonido se difunde por toda la estancia ofreciendo un rendimiento impresionante.

## Vision 8 UHD+

La gama Grundig Android TV presenta tres tamaños: **65", 55" y 49"**. El aspecto de estos televisores destaca por incorporar el diseño Ultra Slim, pie central y un acabado en color negro. El toque de contraste lo aporta la barra de sonido frontal con inserciones en plata. Para ofrecer una imagen nítida, estos televisores incorporan tecnología Ultra HD, Microdimming y HDR10. Por su parte, el sonido presenta un diseño acústico elaborado por ELAC SoundSystem, tecnología Magic Fidelity y altavoces frontales con 20 W.

## Vision 7 UHD

Para empezar, cabe destacar que esta gama cuenta con dos versiones, una con pie central y otra con pies laterales. La primera presenta tres tamaños: **65", 55" y 50"**. Mientras que la de pies laterales ofrece una mayor variedad: **65", 55", 50" y 43"**. La gama presenta una estética similar a la Vision 8 UHD+ y un sistema de sonido con 20 W de potencia. Además, la imagen de estos televisores cuenta con tecnología Ultra HD, Microdimming y HDR10.





**Resolución** 4K HDR

**Panel** LED

**Iluminación** FALD

### Sony / [www.sony.es](http://www.sony.es)

Con la llegada de los televisores LED Bravia XR, la marca comenzó a comercializar en España el nuevo X90J. Equipado con el nuevo Cognitive Processor XR, emplea un método de procesamiento completamente nuevo que ajusta la imagen a la forma en que los humanos ven y oyen. Otra de las novedades de la marca es el lanzamiento de Bravia Core, una plataforma de streaming propia para usuarios de sus televisores.



**Resolución** 8K

**Panel** Neo QLED

**Iluminación** Mini-LED

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

Los nuevos televisores Neo QLED 8K llegan al mercado general con Inteligencia Artificial. Cabe destacar que, para desarrollar esta línea de productos, la marca ha colaborado con Xbox y AMD. Así, el televisor ofrece características gaming. Uno de los modelos que componen esta gama es el QN900A, disponible en 65", 75" y 85". Entre sus tecnologías se encuentran: Quantum HDR 4000 y Object Tracking Sound Pro.



**Resolución** 4K

**Panel** OLED

**Iluminación** Self Lit-Pixels

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

La novedad más destacable del año es el primer televisor enrollable de 65", el LG OLED R. Un dispositivo que llegó a España en abril bajo reserva. Tras encargarlo, el usuario debe esperar aproximadamente cuatro meses para la fabricación completa. Durante la producción, se ensambla minuciosamente y se termina con una atención artesanal al detalle. La exclusividad de este modelo queda reflejada en su precio, 99.999 euros.



**Resolución** 4K

**Panel** LCD ULED

**Iluminación** Mini-LED

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

Entre las grandes novedades de la marca para 2021, destaca el modelo U9GQ. Un televisor que representa la nueva generación de la serie Premium ULED. Con un panel de más de 10.000 LED de retroalimentación, consiguiendo negros más profundos y mayor contraste. Entre sus tecnologías se encuentran: Dolby vision IQ, Quantum DOT, Full Array Local Dimming Pro, HDR 10+, Dolby Atmos y Modo Game Pro.


**Loewe / [www.loewe.maygap.com](http://www.loewe.maygap.com)**

Entre los nuevos modelos de televisores de la gama bild se encuentra el Loewe bild s.77. Como indica su nombre, cuenta con un panel de 77" protegido por el chasis SL5 y cuyo rendimiento depende del procesador SX8 QQuad Core. El monitor equipa estándares de alto rango dinámico como HDR10, HLG y Dolby Vision. Además, incluye una barra de sonido con 10 altavoces y 120 W de potencia.

**Resolución** UHD 4K

**Panel** OLED

**Iluminación** WRGB

**JVC / [www.jvctv.eu/es](http://www.jvctv.eu/es)**

La nueva gama de televisores JVC con Android TV está formada por paneles de 43", 55" y 65" sin marcos. Con el objetivo de ofrecer una experiencia cinematográfica, la compañía ha equipado las tecnologías: Dolby Vision HDR, DTS, Super Resolution. Así como, el modo película, el modo juego y el modo deportes. Adicionalmente, han anunciado una ampliación de la gama para septiembre, con el modelo de 70".

**Resolución** UHD 4K

**Panel** OLED

**Iluminación** Quantum Dot

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

El nuevo Philips 9636 está disponible en dos formatos: 65" y 75". Su panel combina retroiluminación regulable local con el sistema Philips Micro Dimming Premium. Su panel consigue que la reproducción de color cubra el 95% del espectro, al mismo tiempo que ofrece un amplio ángulo de visión. Además, para completar la experiencia han colaborado con Bowers & Wilkins para diseñar el sistema de sonido.

**Resolución** UHD 4K

**Panel** LED

**Iluminación** Mini-LED

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

La serie JX800 aspira a convertirse en un modelo de referencia por su calidad y funciones avanzadas en cuatro tamaños diferentes: 40", 50", 58" y 65". Con Android TV, los televisores ofrecen una plataforma sencilla desde la que acceder a miles de contenidos combinada con el sistema operativo My Home Screen. Además, está disponible la función Asistente de Google, accesible desde el mando a distancia.

**Resolución** 4K

**Panel** LED

**Iluminación** Bright Panel Plus HDR



Resolución **4K**

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

La serie TCL C82 está formada por dos Android TV de 55" y 65". Con las tecnologías HDR Premium y 100 Hz Motion Clarity Pro saca todo el rendimiento al panel. Adicionalmente, permite al usuario disfrutar de una experiencia de sonido Dolby Atmos increíblemente envolvente. De hecho, para emitir sonido 2.1, cuenta con altavoces de disparo frontal y otro específico de graves situado en la parte trasera.

Panel **Direct LED**

Iluminación **Mini-LED**



Resolución **UHD 4K**

Xiaomi / [www.mi.com](http://www.mi.com)

Una de las últimas novedades del catalogo de la marca es la Xiaomi Mi TV Q1 de 75". Un televisor con panel Samsung a 120 Hz. El televisor se presenta como una propuesta destinada a agitar la gama alta con una buena relación prestaciones-coste. Durante sus primeras semanas en el mercado, ha sido difícil verla disponible. La Android TV es compatible con las tecnologías Dolby Vision, HDR10, HDR10+ y Dolby Audio.

Panel **QLED**

Iluminación **FALD**



Resolución **4K**

OnePlus / [www.oneplus.com/es](http://www.oneplus.com/es)

En mayo, el CEO de la marca confirmó la llegada de sus televisores inteligentes a Europa. Modelos con Android TV como sistema operativo, como el OnePlus TV Q1. El tope de gama con 55" es uno de los modelos premium que aterrizarán en el viejo continente. Una propuesta similar a la de Xiaomi, incluso en el nombre, para la que han contado con veteranos expertos como el antiguo jefe de I+D de Sony.

Panel **QLED**

Iluminación **FALD**



Resolución **4K**

Toshiba / [www.toshiba\\_tv.com/es-es](http://www.toshiba_tv.com/es-es)

En una propuesta innovadora, la compañía apuesta por televisores inteligentes con Fire TV, el sistema operativo desarrollado por Amazon. La gama responde al nombre de Toshiba Smart Fire TV en todos sus formatos. 43", 50", 55", 65" y 75". Basados en la familia C350 del fabricante, son compatibles con los sistemas de mejora de calidad: Dolby Vision, HDR, HDR10, DTS Virtual: X, DTS-HD, Dolby Audio y Dobyly Digital Plus.

Panel **LCD LED**

Iluminación **Sin Local Dimming**



# La salud pasa por la **cocina**

Si en los últimos años la conciencia sobre el cuidado de la alimentación se había extendido de forma importante, con la pandemia el mayor número de comidas en casa, ha reforzado todavía más esta tendencia.

■ Dicen que somos lo que comemos y desde el punto de vista meramente físico y material es así. Quizás por eso, y porque somos conocedores de los problemas derivados de los excesos en el comer y el beber, o de la calidad de determinados alimentos, tenemos cada vez más claro lo que hemos de ingerir para estar y sentirnos bien. Si a esta mayor concienciación sumamos las herramientas que la I+D del sector de los electrodomésticos, con la ayuda de expertos del mundo de la nutrición y la salud, pone a nuestro alcance para preparar nuestras comidas de una forma más saludable, ya no hay excusas para no comer bien.

## Tendencias de cocina sana en el hogar

Según un estudio de Beko, a raíz del confinamiento, casi un 30% de los españoles se preocupa más por la cocina y le dedica más tiempo. Por otro lado, la preocupación por

la cocina sana se refleja, según Beko, en la oferta en los restaurantes de opciones veganas, vegetarianas, flexitarianas, frugívoras, pescetarianas, crudíveganos, gluten free, etc. En paralelo, las dietas saludables se alinean con el compromiso medioambiental, la economía circular y la sostenibilidad. Por su parte, para el Grupo Taurus, cada vez son más las personas que hacen deporte, cuidan la alimentación o cocinan en casa los productos elegidos. Desde Philips señalan que cuando las personas cocinan en casa, algo ahora más frecuente, buscan soluciones rápidas, fáciles y que les ayuden a comer sano, introduciendo frutas y verduras en su dieta, para conseguir un estilo de vida saludable. En Smeg consideran que el consumidor presta cada vez más atención a los alimentos que consume, tanto en la manera de prepararlos, como en su origen y en su impacto ambiental. Ello hace que los fabricantes de electrodomésticos aporten soluciones a los nuevos

retos del consumidor, como sistemas de cocción al vapor, o de cocción lenta, que aprovechan al máximo todas las propiedades de los alimentos. Fuentes de Delonghi señalan que un claro indicador de la tendencia de comer sano son los programas televisivos de cocina y el número de influencers que la fomentan, algo que beneficia al mercado de electrodomésticos que suman a los sistemas de cocinado más saludables, también funcionalidades que facilitan la vida. Por eso, entre las familias de producto que más se están beneficiando de esta tendencia están los robots de cocina o las batidoras de mano.

Cecotec cree que el estilo de vida acelerado anterior a la pandemia, fomentaba actitudes como el consumo de comida rápida y el sedentarismo, algo que está cambiando en beneficio de hábitos más saludables. Además, desde la empresa valenciana creen que la pandemia ha favorecido la cocina sana. En la misma línea coinciden desde B&B Trends, que ven que la comida sana busca contrarrestar años de malos hábitos alimentarios, en los cuales principalmente predominaban los ultra procesados y la moda por el fastfood. Algo que ahora, y a causa del confinamiento, se ha disparado.

## Un público joven

Si bien se trata de un fenómeno generalizado, se puede establecer un perfil más o menos aproximado del tipo de usuario que más apuesta por el estilo de cocina sano. Así, Smeg lo identifica con un público joven, preocupado por su imagen y emancipado. También familias con niños. B&B Trends llega incluso a identificar la franja de edad entre los 30 y los 55 años como la que más tiene en cuenta este tipo de prácticas.

En el caso de Jata, la circunscribe al grupo de entre 35 y 45 años. DeLonghi también coincide en que se trata mayoritariamente de gente joven, ya sean estudiantes recién independizados, parejas que buscan formar una familia o padres con hijos pequeños.

## Asesoramiento profesional

Para responder a la demanda de este público más exigente con lo que come y con los modos de preparación, los fabricantes de electrodomésticos se esfuerzan para desarrollar productos que realmente tengan que aportar en este campo. En este sentido, dentro de sus procesos de I+D llegan a contar con la ayuda y el asesoramiento de expertos tanto del mundo de la cocina, como de la nutrición e incluso de la salud.

Así, por ejemplo, Smeg colabora con nutricionistas en el desarrollo de productos y Cecotec y Jata, con cocineros. Por su parte, Taurus acompaña su robot de cocina MyCook con la aportación de Nutren.Nutrigenomics, lo que se traduce en recetas que permiten visualizar muy fácilmente calorías, hidratos de carbono, grasas o proteínas. En cuanto a Beko, promueve la alimentación saludable de los adultos y los más pequeños, a través de la iniciativa Eat Like a Pro y, en España, colaboran con el F.C. Barcelona y el prestigioso chef Martín Berasategui para conseguirlo.

A continuación se muestran algunos de estos productos para cocinar de una forma más enriquecedora y favorable para mantenernos en forma.



*Comer sano está bien siempre, pero especialmente ahora que llega el verano.*

# Taurus

El fabricante español cuenta con numerosos productos que se adaptan a los nuevos **estilos de vida más saludables** en la cocina. Los que se describen a continuación son un buen ejemplo.

## Robot de cocina inteligente Mycook Touch

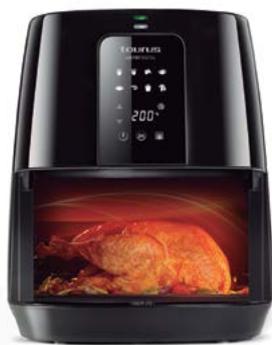
Su conexión WiFi integrada combinada con el concepto "Cloud" permite la conectividad y operabilidad multi dispositivo, para poder acceder de forma gratuita a más de 13.000 recetas con información nutricional. También permite monitorizar el estado de la receta que se está cocinando y recibir avisos en el móvil de los pasos a seguir o del estado del plato.



## Plancha de asar eléctrica Steakmax 2600

Diseñada y fabricada en la planta de Oliana (Lleida), cuenta con una placa de cocción Triple Skin que permite cocinar sin nada o con muy poco aceite, lo que significa menos grasas con unos resultados deliciosos. Así, prepara carnes, pescados, verduras y hortalizas con un nivel de cocción totalmente uniforme y de la forma más sana y sabrosa.

**Licuada compacta de extracción lenta Liquajuce LS-651** Esta licuadora compacta realiza un prensado suave y lento de frutas, verduras y hortalizas. De esta manera, conserva todos los nutrientes de los alimentos. Su tornillo exprimidor prensa, no tritura, y exprime sin oxidación ni calentamiento. El resultado son jugos más frescos, naturales, homogéneos y con todos los nutrientes y vitaminas.



**Freidora de aire Air Fry Digital** El sistema Air System Technology de esta freidora consigue la circulación a alta velocidad del aire caliente a temperatura constante. Ello se traduce en unas frituras sabrosas y crujientes con un 99% menos de grasa, ya que fríe con muy poco o sin aceite. Dispone de 8 programas predefinidos para facilitar su uso.

**Vaporera Salutecook** Esta vaporera cocina al vapor todo tipo de alimentos gracias a sus 6 litros de capacidad. La cocción al vapor permite conservar todos los nutrientes y vitaminas de los alimentos, manteniendo su sabor natural. Con un depósito de 1 litro para el agua, permite cocinar a dos niveles, pudiendo elaborar así distintas cocciones al mismo tiempo. Incluye un accesorio para cocer arroz.



Cecotec ofrece una amplia gama de productos de pequeño electrodoméstico que invitan a la **cocina sana**, como los que la propia marca ha seleccionado a continuación.

**Robot de cocina Mambo 10090**

Con 30 funciones de cocción, el Mambo 10090 permite preparar todo tipo de platos. Incluso hasta cuatro al mismo tiempo, ya que mientras se cocina en su jarra de 3,3 litros de capacidad se puede utilizar el cestillo y la vaporera a dos niveles.



**Freidora dietética Turbo Cecofry 4D Healthy**

La freidora sin aceite Turbo Cecofry 4D Healthy cocina con aire hasta a 360 grados de temperatura. Gracias a su tecnología PerfectCook el calor se distribuye ho-

mogéneamente por su interior y es expulsado por los orificios traseros. Este modelo cuenta con ocho programas configurados que facilitan su utilización: saltear, tostar, patatas fritas, horno, manual sartén, arroz y yogur.

**Licuada Juice & Fresh 400 Titan**

Disponible en blanco y negro, sus 20.000 revoluciones por minuto permiten elaborar batidos extrayendo el jugo de frutas y verduras de manera rápida y cómoda. Esta licuadora orbital incorpora un disco de titanio que le aporta una mayor durabilidad. Dispone de dos velocidades: una para frutas y verduras blandas; y otra para licuar frutas y hortalizas más duras. Su canal de entrada de 55 mm facilita la introducción de todo tipo de frutas y verduras sin necesidad de cortarlas.



# Ufesa



Son numerosos los productos del catálogo de Ufesa que reflejan la tendencia de cocinar sano. Desde su robot de cocina Totalchef RK3, pasando por la nueva batidora usb BS2400 Onyx, hasta la nueva gama de batidoras de varilla VARIO, con gran potencia, perfectas para poder hacer purés, salsas, batidos, picar carne...

**Robot de cocina Totalchef RK3** Cuenta con 30 funciones distintas que permitirán cocer, cortar, montar, emulsionar, mezclar, amasar y hacer al vapor cualquier receta.

TotalChef RK3 tiene una báscula incorporada, y su tapa transparente controla el proceso para que no haya errores. El TotalChef RK3 cuenta con un ajuste de tiempo de más de una hora y media y permite cocinar hasta a 140 grados centígrados.



**Batidora Onyx** El modelo de batidora USB BS2400 Onyx es una licuadora portátil con batería y puerto USB para carga que permite su uso en cualquier momento y lugar. Cuenta con 400 ml de capacidad, doble batería de 2.550 mAh para elaborar hasta 20 batidos por carga. Respecto a la potencia, alcanza hasta 16.500 RPM. De esta forma, puede triturar prácticamente cualquier tipo de frutas y verduras. En la parte inferior del vaso, la marca ha incorporado seis cuchillas de acero inoxidable.

# Sogo

Sogo cree que el gusto por la cocina sana se debe a la mayor concienciación social que hace posible el disponer cada vez de mayor información sobre la marca. Ello facilita conocer las cualidades y ventajas de una comida sana y conseguir resultados satisfactorios, lo que se ha convertido en tendencia. Para Sogo, el perfil de usuario que mayormente apuesta por la cocina sana se corresponde con el de una mujer entre 30 y 45 años que se toma muy en serio las recetas que se pueden preparar con sus productos.

Entre los productos de la marca que mejor reflejan la tendencia de cocinar sano se encuentran la freidora de aire caliente de 3,5 litros **Fre-SS-10480** (en la imagen superior); la freidora sin aceite con horno de 10 litros, **Fre-SS-10465**; la olla robot de cocina automática **Sogo Oll-SS-10785**; el robot de cocina con pantalla táctil **Bat-SS-14565** (en la imagen inferior de la derecha) y la balanza de cocina electrónica de color rojo, **Bac-SS-3691-R** (imagen izquierda).





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

La batidora TBV8106BX de Beko, que incorpora varios programas y tecnologías de batido al vacío, evita la oxidación de los alimentos y ofrece la posibilidad de extraer la botella y llevarla a cualquier parte. Durante el batido se pierden gran parte de los nutrientes. La tecnología de batido al vacío elimina el aire del interior de la jarra antes de batir, con lo que no se produce la oxidación. Como resultado, no solo se conserva la mayor parte de las vitaminas y los nutrientes, sino que el zumo se mantiene fresco durante más tiempo.

Además, también sirve como picador de hielo para preparar bebidas frías. En este sentido, la función IceCrush consigue hielo picado en cuestión de segundos con solo pulsar un botón.



**Jata / [www.jata.es](http://www.jata.es)**

Jata destaca su modelo de plancha de asar con control electrónico de temperatura y resistencia M Magic, que facilita el reparto del calor de manera uniforme. Su control electrónico permite cocinar con un control exacto de los grados en cualquiera de sus 4 temperaturas (75 / 120 / 160 / 230 °C). También se puede utilizar como calienta platos en su temperatura mínima de 75°, La plancha es fácil de limpiar y transportar a la mesa. Otros detalles de esta plancha de asar electrónica M Magic es

su recubrimiento antiadherente libre de PFOA y su sistema Súper Diet para inclinar la superficie de la plancha facilitando la recogida de grasas y salsas. Tiene una superficie de 460 x 280 mm.



**Braun / [www.braunhousehold.com](http://www.braunhousehold.com)**

Las batidoras de mano Braun Minipimer permiten picar, mezclar, triturar y rebanar fino a grueso, por ejemplo, las verduras. Así ayudan a elaborar cualquier tipo de receta saludable de forma fácil y sencilla gracias a su potencia y su gran versatilidad con sus accesorios. Dentro de la gama de batidoras de mano Minipimer, el producto estrella es la última Minipimer 9. Es el modelo que ofrece mayor potencia (1.200W), rendimiento y número de accesorios, para realizar cualquier preparación sin apenas esfuerzo.


**Kenwood / [www.kenwoodworld.com](http://www.kenwoodworld.com)**

El robot de cocina CookEasy+ es ideal para esos consumidores que disponen de poco tiempo para cocinar y que buscan un producto que les ayude a preparar recetas saludables sin necesidad de ser expertos en la cocina. Dispone de una App gratuita con más de 600 recetas para inspirarse cada día. Además, está conectada con el robot, por lo que basta con seguir los pasos de la receta en la App para cocinar obtener buenos resultados.


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

El hervidor Structure, disponible en blanco y en negro presenta una atractiva iluminación interna azul. Incluye indicadores de zona de ebullición rápida para hervir una taza en 55 segundos a la vez que ahorra un 65% de electricidad. Tiene una capacidad de 1,7 litros. Otras características son tapa extraíble, visor de nivel del agua, protección contra hervido en seco, boquilla de precisión, base de 360° con recogecable y 2.400 W de potencia.


**Smeg / [www.smeg.es](http://www.smeg.es)**

El conjunto Vitality System incluye un horno a vapor, un abatidor a cocción lenta y un cajón de vacío. Mantiene todas las propiedades de los alimentos inalterables, de manera que se aprovechan al máximo todos los minerales y vitaminas. El cajón de vacío puede preparar productos frescos de temporada para ultracongelarlos posteriormente en el abatidor y disfrutarlos más adelante como si fueran frescos. Y es que el abatidor realiza un congelado perfecto, manteniendo la máxima calidad de los alimentos. Por último, con la cocción a baja temperatura, se consiguen texturas y platos de calidad profesional de alta cocina, algo inédito, hasta ahora, en el ámbito doméstico.


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

La freidora sin aceite Philips Airfryer utiliza el aire caliente en movimiento para cocinar los alimentos, que quedan crujientes por fuera y tiernos por dentro, utilizando poco o ningún aceite añadido. Además, Airfryer también sirve para hornear, cocinar a la parrilla, asar e incluso recalentar. El modelo Airfryer HD9280 está totalmente conectado y sincronizado con la app NutriU, que ofrece más de 300 recetas.

# Qué bien tenerte cerca.

Hacerte la vida más sencilla,  
para que disfrutes de tu casa.

**FAGOR**   
ELECTRODOMÉSTICO



# Cuidado personal: a imagen y semejanza de mi **influencer**

Aunque siempre ha habido gente preocupada por su aspecto, en los últimos años, podemos decir que mujeres y hombres cuidamos más nuestro físico. No ya por los demás, como carta de presentación, sino desde el convencimiento de la propia felicidad.



*El cuidado del cabello sigue siendo clave para ellas.*

■ Todos los animales del planeta se acicalan y arreglan como parte de su día a día. Hacerlo es síntoma de buena salud y de felicidad. Además, en el caso de algunas especies, comporta y forma parte de la actividad y de la inte-

racción social (y no nos referimos exclusivamente al tema del cortejo). En nuestro caso, cuidar nuestro aspecto conlleva además un fuerte componente de convencionalismo o de normas más o menos impuestas por la sociedad que, a partir de unos mínimos, incluso entra en el apartado de las modas que vienen y van y desaparecen.

En cualquier caso, cuidarse forma parte del yo que todos tenemos y que nos dice cada mañana frente al espejo qué imagen queremos proyectar ese día escogiendo peinado, pero también el perfume, la ropa o los complementos.

Dentro de ese apartado del propio cuidado de nuestra imagen juegan un papel fundamental los pequeños electrodomésticos de cuidado personal, herramientas que ayudan a conformar la imagen que de nosotros mismos queremos proyectar, y no sólo en lo meramente aspectual sino también en el terreno del bienestar y la salud.

## El efecto COVID19

En este sentido las últimas tendencias -vinculadas de forma directa con la reciente pandemia- muestran de forma especial un incremento de la demanda de aparatos para el cuidado del cabello. Así lo reconocen desde la empresa B&B Trends, para quien el haber pasado más tiempo en casa ha disparado la venta de cortapelos y sets de arreglo con multi-accesorios. Así destacan el gusto de los hombres por cuidarse en casa. Y en el caso de las mujeres han crecido las ventas de rizadoros y planchas de pelo, no sólo para darle forma, sino para cuidarlo y protegerlo.

Para Philips, las restricciones han llevado a los consumidores a buscar alternativas que garanticen su bienestar personal y seguridad dentro de su propia casa. Así, ante la imposibilidad de acceder a tratamientos profesionales de cuidado personal, muchos han optado por tenerlo en casa gracias al PAE. Es el caso de los productos como la foto-depilación o depilación IPL. En la misma línea se expresan desde Cecotec, que citan la mayor demanda de multigroomings durante el confinamiento, cuando las peluquerías estaban cerradas.

## Funcionamiento por imitación

También como los animales, las personas funcionamos mucho por imitación. Hacemos lo que hacen otros y está demostrado que es seguro y funciona. Quizás por eso, en la estrategia de muchas marcas fabricantes de pequeño electrodoméstico de cuidado personal nos encontramos con el fenómeno del prescriptor influencer en redes sociales. Desde Philips consideran que el hecho de que el medio natural del influencer sea Internet y de que precisamente este canal sea el primero al que el consumidor acude cuando busca un producto, es lo que contribuye al éxito de este binomio. Lo mismo que las valoraciones reales de otros usuarios. En el caso de los influencers, la marca considera importante elegir bien los perfiles y



*La barba sigue estando de moda y los kits de grooming son un gran aliado para ellos.*

seguir unos estrictos parámetros de credibilidad. Para Cecotec, las acciones con influencers, los vídeos y las reseñas ayudan, pero en la decisión final también influyen muchos más factores como el precio y la calidad.

Para B&B Trends, gracias a los influencers el canal de venta on-line tiene un peso cada vez mayor y es vital contar con una correcta exposición del producto, en este caso fotos y vídeos, gran descriptivo y todos esos detalles que harán que el consumidor sienta la necesidad de materializar la compra con tan solo unos pocos "clicks".

Desde Sogo, también consideran muy determinante la calidad del contenido generado por influencers y colaboradores, además de las valoraciones para la toma de decisiones sobre un producto, ya que hoy en día nadie compra nada online sin antes consultar experiencias previas de otros usuarios, y poder ofrecer contenido positivo es crucial para las ventas.

En las páginas siguientes se muestra una selección de productos de la familia de cuidado personal que han tenido especial éxito en los últimos meses.

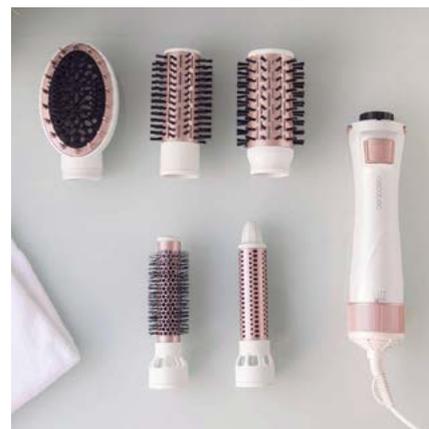
# Cecotec

Cecotec destaca como principales tendencias en el PAE de cuidado personal, el cuidado y el moldeado del cabello para ellas y los multigroomings versátiles para ellos. Durante el confinamiento, cuando las peluquerías estaban cerradas, creció mucho la demanda de estos productos, convirtiéndose en un imprescindible para todas aquellas y aquellos que no quieren renunciar a cuidar su imagen.



El cepillo de aire **CeramicCare 5en1 Gyo**

cuenta con un cabezal cerámico que conduce y reparte muy bien el calor para no dañar el pelo, además de dos temperaturas y botón de aire frío para que puedan los consumidores moldearse y alisarse el pelo en un momento sin dañarlo y protegiéndolo al máximo.



Por su parte, **PrecisionCare Multigrooming Pro**,

pensado para hombres, es un producto muy versátil que sirve tanto para afeitarse el cuerpo como la cara. Esta afeitadora multifunción es resistente al agua, e inalámbrica, para facilitar al máximo la eliminación del vello.

# Ufesa

Para Ufesa las últimas tendencias en PAE han ido muy ligadas a la pandemia, que ha obligado a pasar más tiempo en casa. De ahí que las líneas de cuidado personal masculino y femenino hayan incrementado sus ventas.



Set de arreglo GK6950  
Titanium Pro de Ufesa.

Una de las categorías que más ha crecido es la de **cortapelos** y la del **set de arreglo con multi-accesorios masculinos**. Muy útiles tanto para el cabello como para la barba, son recargables y con cuchillas de gran calidad como el revestimiento de titanio, que garantizan un resultado perfecto en tan solo una pasada.

En **cuidado personal femenino**, Ufesa ofrece

productos con tratamientos de queratina, como es el caso del secador SC8470 Keratin que permite proteger el cabello de las altas temperaturas a las que diariamente se somete con el secado, alisado o rizado, y de esta forma mimarlo y darle un aire más saludable.



Secador SC8470 Keratin.



**Remington / [www.es.remington-europe.com/](http://www.es.remington-europe.com/)**

El secador Supercare Pro 2100 AC ofrece un rendimiento rápido y potente con su calidad de peluquería, 2.100 W, larga duración y motor AC. El modo Supercare permite secar rápidamente a una temperatura que no daña el pelo. Además, el secador está diseñado para ser ligero y compacto.

Otras características incluyen rejilla de cerámica iónica antiestática que distribuye el calor uniformemente; 3 temperaturas y 2 velocidades para unos looks personalizados; ráfaga de aire frío real para fijar el peinado; concentrador de boquilla estrecha (7 mm) para un pelo suave y liso; rejilla trasera extraíble para facilitar la limpieza y práctico gancho para colgar. Garantía, 5 años + 1.



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

Productos como la depiladora IPL Philips Lumea Serie 9000 reflejan la tendencia de soluciones que ofrecen a los usuarios resultados profesionales en su propio hogar. Este aparato proporciona una depilación eficaz y una piel suave y sin vello durante un máximo de seis meses. Su tecnología SenseIQ reconoce las necesidades de la piel y elimina el vello de forma eficaz y segura, incluso en las zonas más delicadas.



**Sogo / [www.sogo.es](http://www.sogo.es)**

El cortapelos inalámbrico CPE-SS-3455 incluye un peine guía de precisión para una longitud de entre 1 y 8 mm. Cada carga completa de 8 horas le otorga una autonomía de 35 minutos. Presenta cuchilla con hoja de acero de aleación dura de alta calidad. Otros accesorios que incluye, además del peine, son adaptador AC, brocha para limpieza y botellita de aceite lubricante.



**Solac / [www.solac.es](http://www.solac.es)**

Sculptural Brushing es el masajeador de triple acción que reafirma, exfolia y activa la circulación sanguínea facilitando la penetración de cremas. Gracias a su sistema lipo-modelador profesional combate la flacidez y reafirma la figura. Sculptural Brushing ofrece 5 cabezales intercambiables y potencia regulable, con el objetivo de personalizar al máximo el masaje.



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

En cuanto a cuidado masculino, Taurus completa su catálogo de barberos y recortadores de pelo con los barberos Hubble (en la imagen) y Hubble Zoom 5V, con batería de litio recargable, hasta 100 minutos de autonomía e incluso pueden recargarse vía USB-C. Gracias sus peines telescópicos, consiguen hasta 12 niveles de corte, ideales para afeitar todo el cuerpo. El modelo Hubble Zoom ofrece adicionalmente 3 peines para lograr un corte 100% profesional.



**Dyson / [www.dyson.es](http://www.dyson.es)**

La plancha de pelo Dyson Corrale, que ha recibido el premio Elle International Beauty Awards 2021, destaca porque utiliza una tecnología con hasta un 50% menos temperatura para no dañar al cabello. Dispone de tres ajustes precisos de calor (165 °C, 185 °C y 210 °C) para adaptarse al tipo de cabello, longitud y estilo deseado. Permite hasta 30 minutos de moldeado sin cable y dispone de una pantalla OLED en la que muestra información del nivel de batería y del control de la temperatura.



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

El masajeador facial reafirmante LV7030F0 de Rowenta proporciona un cuidado antiedad de cara y ojos. Según la marca, se trata de un producto clínicamente probado y que resulta eficaz para combatir los cuatro signos más frecuentes del envejecimiento. Así, mejora la luminosidad de la piel, la uniformidad del tono, el brillo y la firmeza. El aparato cuenta con dos cabezales masajeadores y tres modos de uso: manual, automático (que avisa cuándo cambiar de zona) y Boost, más rápido. Asimismo, su batería cuenta con una autonomía de 45 minutos.



**Foreo / [www.foreo.com](http://www.foreo.com)**

Foreo Espada es un dispositivo de luz pulsada azul contra el acné. Gracias a su puntero preciso y a la doble potencia de la tecnología de luz azul LED y las pulsaciones T-Sonic, permite eliminar completamente las imperfecciones de la piel. Se trata de un producto que ha sido clínicamente probado para la cura de las pieles propensas al acné. El aparato es resistente al agua y ofrece hasta unos 100 usos con cada carga completa. La terapia de Luz Azul canaliza la energía de luz LED a través de los poros en las capas más profundas de la piel, atacando las bacterias causantes del acné. Las pulsaciones T-Sonic estimulan la permeabilidad de la piel para mejorar la penetración y la eficacia de este tratamiento no abrasivo, aprobado por la FDA, e indoloro y fácil de usar.



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

Fersay lanzó las pasadas Navidades un cortapelos para cabeza y barba presentado en un elegante maletín. El cortapelos se acompaña además de varios accesorios. La máquina cuenta con seis medidas diferentes de longitud. De esta manera abarca desde los 3 milímetros hasta los 12 mm, cortando con precisión. El cortapelos de Fersay es un dispositivo de cuchillas cerámicas. La elección de ese material lo convierten en un producto resistente y, por tanto, duradero. En el estuche, junto a la máquina, se encuentran un cepillo de limpieza, aceite para lubricar las cuchillas, un alimentador y cuatro peines de 3, 6, 9 y 12 mm. Su batería de litio le otorga una autonomía de hasta 5 horas.

# La organización de IFA suspende la edición de 2021 y mira ya a 2022

A pesar de lo inicialmente anunciado y de la apuesta realizada para celebrar una edición en formato físico en septiembre de este año, finalmente no habrá feria IFA de Berlín 2021. Las incertidumbres aún importantes por la pandemia impiden, a juicio de los organizadores del salón, un evento con todas las garantías.

---

■ Al final no se celebrará la feria IFA Berlín 2021 en formato presencial el próximo septiembre, tal y como estaba previsto. El motivo, las nuevas incertidumbres globales relacionadas con la pandemia.

La Messe Berlin y la asociación alemana de empresas del sector, gfu Consumer & Home Electronics GmbH, emitieron un comunicado conjunto a mediados de mayo en el que informaban de la decisión de no celebrar la IFA 2021 en septiembre en formato físico como se había venido anunciando hasta entonces.

Los organizadores de la muestra de electrodomésticos y electrónica de consumo tomaron la decisión tras consultar con expertos en salud pública y con las partes interesadas. Al parecer, el hecho de que algunos datos clave de salud mundial no avanzaran tan rápido en la buena dirección, como se esperaba, hacía recomendable suspender

---

El horizonte aún poco claro de la pandemia desaconsejaba la celebración de una IFA Berlín 2021 en la que no era posible garantizar su éxito.

el evento presencial. Ello tiene que ver desde con la rápida aparición de nuevas variantes de COVID-19, hasta los continuos retrasos de la velocidad del proceso de vacunación en todo el mundo.

Precisamente estas circunstancias contribuyen a generar incertidumbre entre las empresas que tenían intención de participar en la IFA de este año, ya que la planificación en un evento de esta magnitud requiere su tiempo y la actual situación no ayuda a ello.



Por otro lado, el que la Messe Berlin continúe apoyando la lucha contra el COVID-19, cediendo varios de sus pabellones expositivos como megacentro de vacunación y como instalación hospitalaria de emergencia, también jugaba en contra de la celebración de la feria, ya que, como han explicado sus organizadores, es probable que estos usos se prolonguen durante más tiempo del previsto originalmente.

## Razones de peso

Como explicó Kai Hillebrandt, presidente del Consejo de Supervisión de gfu Consumer & Home Electronics GmbH, “la innovación necesita una plataforma; necesita el foco de atención global. Es por eso que las marcas y los fabricantes de la industria tecnológica estaban muy interesados en venir a IFA Berlín 2021. Desafortunadamente, los últimos desarrollos de salud pública introdujeron demasiado riesgo en la planificación de todos para el evento. Simplemente, ahora hay demasiadas incertidumbres. Por lo tanto, en estos momentos se ha vuelto casi imposible para todos planificar responsablemente su participación en cualquier feria comercial”.

Por su parte, Martin Ecknig, director ejecutivo de Messe Berlin, dijo también: “no tomamos esta decisión a la ligera. IFA Berlín es posiblemente el evento más importante del año para marcas y minoristas. IFA Berlín conecta nuestra

industria con visitantes profesionales, medios de comunicación y consumidores reales como ningún otro evento. Sin embargo, la salud y la seguridad de todo el mundo tiene que ser absolutamente primordial. Los esfuerzos para contener esta pandemia, desde la puesta en marcha de los programas de vacunación hasta la reanudación de los viajes internacionales, no se realizaron al ritmo que esperábamos. Teniendo en cuenta estos acontecimientos, esta decisión difícil y decepcionante era inevitable”.

## Mirando ya a 2022

Tras tomar esta decisión, los organizadores de IFA se centrarán en trabajar con sus socios de la industria, el comercio y los medios de comunicación para preparar todo para la edición de 2022. El año que viene esperan poder celebrar una edición en vivo a gran escala en el recinto ferial de Berlín.

La IFA de Berlín es la feria comercial más importante del mundo para la electrónica de consumo y para el hogar, con un número récord de nuevos productos mostrados. Se trata del principal salón para minoristas, compradores y expertos del sector.

Así pues, la IFA 2022 tendrá lugar en Berlín, del 2 al 6 de septiembre del próximo año.

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

# MWC 2021: el formato híbrido como respuesta a las cancelaciones

La cancelación del congreso fue pionera en el mundo de los eventos. Ahora, la organización quiere volver a posicionarse a la cabeza celebrando un evento multitudinario presencial con Barcelona como escenario.



■ El 19 de febrero, la GSMA anunció por primera vez que el formato presencial del Mobile World Congress Barcelona se mantenía. Aunque sufrirá ciertas limitaciones derivadas de la pandemia. Las más destacadas son las relacionadas con la asistencia y el protocolo de seguridad. El aforo se ha reducido un 40% respecto a años anteriores, disminuyendo el número de participantes hasta los 45.000. A todos ellos se exigirá un test negativo de COVID-19 con vigencia de 72 horas.

La edición 2021 prevista para celebrarse del 28 de junio al 1 de julio, tuvo la primera baja un día después del anuncio de las medidas de seguridad y prevención contra la COVID-19. El 9 de marzo, Ericsson canceló en un comunicado su participación. La compañía fue una de las primeras en caerse de la anterior convocatoria y uno de los mayores expositores del congreso. En los días siguientes, cancelaron su participación física otras marcas como Sony, Nokia, Oracle, Cisco, Facebook, Microsoft, BT, Google e

Intel. Asimismo, el 5 de abril, LG anunció el cierre de su unidad de negocio de móviles. Lo que significaba que no acudirían con novedades al congreso. Una decisión estratégica que será efectiva a partir del 31 de julio.

En respuesta a esta oleada de bajas, la organización decidió bajar las tarifas y los precios de las entradas en hasta un 27%. Asimismo, el 8 de abril, la GSMA anunciaba la autorización de viaje a trabajadores y asistentes internacionales del MWC 2021. Un acuerdo con el Ministerio de Interior del Gobierno de España a partir del que se consideran trabajadores altamente cualificados todos los públicos del congreso.

## Edición híbrida

El 10 de mayo continuaron las cancelaciones en la edición presencial con Samsung, Lenovo y Qualcomm. Y decimos la edición presencial, porque la propia organización habló de un evento híbrido. En un comunicado anunciando los aspectos más destacados del Mobile World Congress 2021, se habla de la incorporación de productos digitales que facilitarán la participación virtual en el evento. Muchas de las compañías que se han caído de la edición física, sí participarán en esta plataforma digital.

## Nuevos públicos

En una rueda de prensa coincidiendo con la semana del Mobile World Live Themed Week, GSMA anunció el lanzamiento de 30.000 entradas a precio especial. Esta remesa está destinada a residentes en España o trabajadores de sectores relacionados con el MWC. Asimismo, la organización anunció una donación de 300.000 euros a fondos de recuperación para la COVID-19, con el objetivo de dar retorno a la comunidad que ha hecho posible el congreso. También, durante el evento se anunciaron los expositores y patrocinadores. Casualmente, entre los logos destacaba la ausencia de Xiaomi.

Un detalle que derivó en la cancelación por parte de la compañía china de su participación en el evento presencial horas después.



## Connected Impact

El lema de este año es un concepto paraguas bajo el que se explorará el impacto de la inteligencia artificial, el 5G, el Big Data y el Internet de las Cosas. De hecho, en palabras de la GSMA, consideran que es el momento de volver a conectar, reconstruir y reimaginar el ecosistema móvil mundial. Uno de los aspectos más destacados del MWC 2021 será la sostenibilidad. La edición de este año pretende ser neutra en carbono, con el objetivo de reducir el impacto y la huella producida por el evento. En total participarán más de 600 ponentes que representan un amplio abanico de industrias. También, este año se sumará a la programación la cumbre Diversity4Tech en colaboración con Accenture. Además, como cada año, el congreso se convertirá en centro de debate político y acogerá el evento de startups 4YFN.

Como se ha dicho, el evento será híbrido. De esta manera, al acceder a la plataforma digital, los visitantes podrán conectarse directamente con los responsables de la toma de decisiones de la industria que asistan.

# Así será **C&R 2021**: un evento híbrido con la innovación y la sostenibilidad de protagonistas

La próxima edición del Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración (C&R) tendrá lugar en la Feria de Madrid, del 16 al 19 de noviembre de este año, con el lema, *Juntos creamos bienestar*.

---

■ El salón celebrará una edición semipresencial. A la exposición comercial en tres pabellones se sumará la plataforma digital C&R Connect. Además, los organizadores también están trabajando en los contenidos de Foro Climatización y Refrigeración, y en una nueva convocatoria de la Galería de Innovación, entre otras actividades.

Tras un año de incertidumbre, C&R 2021 busca ser un evento estratégico que dinamice el sector. Un espacio para mostrar las últimas tendencias y avances. Además, permitirá a empresas y profesionales reanudar el contacto personal. Se trata de uno de los principales eventos internacionales de climatización, ventilación, frío industrial y comercial que, en su última edición, en 2019 acogió a 374 expositores directos y 54.781 visitantes de 88 países.

La exposición comercial mostrará la capacidad de innovación, sostenibilidad y eficiencia de las empresas. En ese

sentido, el sector Climatización se situará en el pabellón 10, el de Refrigeración, en el 8; y el de Calefacción y Fontanería, en el 6. Por su parte, la plataforma virtual C&R Connect permitirá gestionar citas, realizar encuentros B2B y conocer los contenidos de la feria a través de la aplicación. En lo que se refiere a actividades, se está barajando un renovado formato para Foro C&R. El programa de jornadas técnicas que abordará las cuestiones más relevantes de la actualidad sectorial. Por último, la convocatoria de la Galería de Innovación se hará eco de la vanguardia, para dar visibilidad al I+D+i. Las empresas interesadas en participar podrán presentar sus propuestas en julio.

IFEMA ha obtenido la certificación de AENOR por las medidas higiénico sanitarias adoptadas, así como por los protocolos desarrollados frente al COVID-19, que garantizan el desarrollo seguro de ferias, congresos y eventos en sus recintos.

[www.ifema.es/cr](http://www.ifema.es/cr)



## CE China calienta motores para la edición 2021

El evento global de IFA se celebrará en Guangzhou del 16 al 18 de septiembre. Además, con la cancelación del evento de Berlín, se convierte en la feria más importante de la industria. La Consumer Electronics China ofrece a la industria la oportunidad para exhibir sus principales innovaciones. Entre los expositores confirmados hasta el momento se encuentran Changhong, Cuori, Galanz, Konka, Vatti y Whirlpool. La feria conectará a marcas líderes mundiales con minoristas chinos de toda Asia en un mercado de consumo dinámico.



## Vuelve la Berlin Photo Week

Otro evento que, a pesar de la cancelación de la IFA Berlín se celebrará, es la tercera edición de la semana de la fotografía. Comenzará el 26 de agosto y durará hasta el 3 de septiembre en el recinto Arena Berlín. Un concepto único que combina fotografía, vídeo y arte con las últimas novedades de la industria de la imagen. En el marco del evento se reunirán creativos, artistas, profesionales y aficionados de la fotografía. Por primera vez, los asistentes habituales se encontrarán con celebridades, marcas líderes y otras compañías cuya imagen es un elemento fundamental de su identidad corporativa.



## Málaga Mobile Week, del 9 al 12 de septiembre

A principios de marzo, en el Ayuntamiento de Málaga se firmó el acuerdo de colaboración entre el consistorio y la entidad Mobile World Capital Barcelona. El evento tendrá lugar en distintos puntos emblemáticos de la ciudad, con el objetivo de acercar la tecnología a la ciudadanía mediante actividades que combinarán el formato presencial con el virtual. Los cuatro ejes de actuación del evento son: sociedad, tecnología, innovación y talento. Al evento se han sumado una veintena de entidades e instituciones. Todas las actividades serán gratuitas y dirigidas a los malagueños.



## Un evento presencial en realidad virtual

Gamelab celebró el pasado 22 de abril un encuentro intersectorial en la plataforma AltspaceVR. El programa European Digital Treasure coorganizó y la Unión Europea cofinanció el evento. Gracias a este innovador formato, creadores y archiveros se pudieron encontrar cara a cara a través de sus avatares. Los participantes han concluido que el videojuego ha demostrado ser una herramienta poderosa para la difusión de la cultura y la formación. De esta manera, se abre un nuevo camino a los encuentros sociales, profesionales y culturales del futuro.

**JUNIO 2021****-/27****Casa Decor**

Muestra de decoración e interiorismo.  
Madrid (*España*)  
[www.casadecor.es](http://www.casadecor.es)

**01/05****Computex**

Feria internacional de informática.  
Edición en formato híbrido.  
Taipei (*Taiwán*)  
[www.computextaipei.com.tw](http://www.computextaipei.com.tw)

**01/04****ISE**

Feria de integración de  
sistemas audiovisuales.  
Barcelona (*España*)  
[www.iseurope.org](http://www.iseurope.org)

**03/05****Central Asia Beauty Expo**

Feria internacional de la industria de la  
belleza, cosmética y limpieza  
del hogar.  
Almaty (*Kazakhstan*)  
[www.en.cabeauty.kz](http://www.en.cabeauty.kz)

**15/17****LEC**

Feria del mundo digital y TI.  
Edición Virtual. Ginebra (*Suiza*)  
[www.lec-expo.com](http://www.lec-expo.com)

**28/01****MWC Barcelona**

Feria y congreso internacional  
de telefonía móvil.  
Barcelona (*España*)  
[www.mwcbarcelona.com](http://www.mwcbarcelona.com)

**JULIO 2021****24/26****Nordstil**

Feria internacional de bienes  
de consumo.  
Hamburgo (*Alemania*)  
[www.nordstil.messefrankfurt.com/hamburg/en.html](http://www.nordstil.messefrankfurt.com/hamburg/en.html)

**AGOSTO 2021****27/03****Berlinphotoweek**

Semana Internacional de la fotografía.  
Berlín (*Alemania*)  
[www.berlinphotoweek.com](http://www.berlinphotoweek.com)

**SEPTIEMBRE 2021****04/06****Asia Adult Expo**

Feria internacional de belleza, cuidado  
de la salud para adultos y bienestar.  
Guangzhou (*China*)  
[www.gz.asiaadultexpo.com/](http://www.gz.asiaadultexpo.com/)

**05/10****Salón del Mueble**

Salón internacional del mueble.  
Milán (*Italia*)  
[www.salonemilano.it](http://www.salonemilano.it)

**16/18****CE China**

Feria de electrónica de consumo y  
electrodomésticos.  
Guangzhou (*China*)  
[www.en.cechina-ifa.com/](http://www.en.cechina-ifa.com/)

**16/18****Interior Lifestyle China**

Feria internacional de productos  
para el hogar.  
Shanghai (*China*)  
[www.interior-lifestyle-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/en.html](http://www.interior-lifestyle-china.hk.messefrankfurt.com/shanghai/en.html)

**25/26****Cosmetica Frankfurt**

Feria alemana de cosmética.  
Frankfurt (*Alemania*)  
[www.cosmetica.eu/cosmetica-frankfurt/](http://www.cosmetica.eu/cosmetica-frankfurt/)

**OCTUBRE 2021****01/04****Beauty Expo / Cosmobeauté Malaysia**

Feria de productos de belleza. Edición  
en formato híbrido.  
Kuala Lumpur (*Malasia*)  
[www.cosmobeauteasia.com/malaysia/](http://www.cosmobeauteasia.com/malaysia/)

**01/03****Confort Home**

Feria de climatización.  
Riga (*Letonia*)  
[www.comforthome.lv/eng/](http://www.comforthome.lv/eng/)

**29/01****Salón Habitat & Deco**

Feria para la decoración del hogar.  
Nantes (*Francia*)  
[www.salon-habitat-deco.fr](http://www.salon-habitat-deco.fr)

**NOVIEMBRE 2021****03/07****Bazaar Berlín**

Feria de regalos para Navidad.  
Berlín (*Alemania*)  
[www.bazaar-berlin.de/en/](http://www.bazaar-berlin.de/en/)

**09/11****MES**

Feria dedicada a la movilidad  
electrónica.  
Berlín (*Alemania*)  
[www.mobility-electronics.de/en/](http://www.mobility-electronics.de/en/)

**16/19****C&R**

Salón Internacional de  
Climatización y refrigeración.  
Madrid (*España*)  
[www.ifema.es/cr](http://www.ifema.es/cr)

**\*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.

# SOGO®

Human Technology

0%  
mercurio  
i cadmio



## Panacell®



DURA  
**10** veces  
MÁS

### Panacell®

HI-TECH ALKALINE

PILASHT-LR03B4

Panacell Pila Alcalina HITECH



AAA LR03 1.5V Blister 4

PILASHT-LR6B4

Panacell Pila Alcalina HITECH



AA LR6 1.5V Blister 4

### Panacell®

RECHARGEABLE

PILAS-HR03B4

Panacell Pilas Recargables 1100mAh



AAA HR03 1.2V Blister 4

PILAS-HR6B4

Panacell Pilas Recargables 2600mAh



AA HR6 1.2V Blister 4

INDICADO PARA:



Nueva Grundig Smart TV

# Siente la emoción. *Juntos.*

La mejor experiencia de Smart TV es la que compartes.

**GRUNDIG**

It starts at home

