

**EL RETAIL, ANTE EL RETO DE LA
DIGITALIZACIÓN BASADA EN EL CLIENTE**

**CLIMATIZACIÓN SOSTENIBLE PARA
EL MERCADO RESIDENCIAL DOMÉSTICO**

**LA APUESTA DE LOS SMARTPHONES:
CONECTIVIDAD 5G Y SISTEMAS FOTOGRÁFICOS
DE ALTO RENDIMIENTO**



La tecnología que respiras

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.



Nueva serie Retro

Revive lo mejor del pasado en el presente



440 En portada



sonitrón

4 Editorial

Todos perdemos

6 On - Off

8 Curiosidades

Actualidad

10 Entrevista con la Directora de RR.HH. de Electrolux España

14 El retail, ante el reto de la digitalización basada en el cliente

24 Breves

Producto

26 Climatización sostenible para el mercado residencial doméstico

34 La apuesta de los smartphones: conectividad 5G y sistemas fotográficos de alto rendimiento

Ferias

40 El MWC22 de Barcelona recupera el esplendor previo a la pandemia

42 Unos 45.000 visitantes y 2.300 expositores se dieron cita en CES 2022

46 El Symposium de Ingram Micro vuelve este año en formato físico

48 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 Anna Utgés anna@doriagm.com

Laia Bertran laia.bertran@doriagm.com

Dirección arte / diseño Xavier Lanzas xavi@doriagm.com

Suscripciones contabilidad@doriagm.com

Impresión Comgrafic, S.A.

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

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

sonitrón.net / sonitrón@sonitrón.net   



Todos perdemos

■ Después de dos años difíciles, cuando parecía que la crisis provocada por la pandemia tocaba a su fin y la recuperación económica tenía pista libre para tomar altura, la invasión de Ucrania por parte de Rusia vuelve a situar negros nubarrones de incertidumbre en el horizonte. Al drama de la guerra, cuyas consecuencias más graves son siempre la pérdida de vidas humanas, hay que añadir el encarecimiento de los precios de la energía, los combustibles y también de productos de primera necesidad como los cereales o el aceite de girasol, cuya producción mundial está muy concentrada en ambos países.

Por si fuera poco, el hundimiento de la economía rusa y el miedo a las sanciones está llevando a muchas empresas, entre ellas algunas del sector como Apple, a abandonar el mercado ruso. Y como las desgracias nunca vienen solas, el hecho de que Rusia y Ucrania sean importantes exportadores de neón, paladio y platino, también vuelve a hacer volar el fantasma de la escasez de microchips, ya que todos los materiales mencionados se emplean en la producción de estos.

Con todo esto sobre la mesa, no se nos ocurre otra cosa que rezar para que termine la guerra.



Cuando todo encaja como un guante.



60
YEARS
taurus

ON

■ Epson ha mostrado su profunda preocupación por el conflicto en Ucrania y la crisis humanitaria en la región. Para apoyar la asistencia humanitaria de las personas afectadas por la crisis, la multinacional japonesa ha anunciado la donación de 1 millón de dólares al Alto Comisionado de Naciones Unidas para los Refugiados y la Cruz Roja. Además, la central de ventas regionales de Epson Europe B.V. promoverá donaciones individuales por parte de sus empleados para Cruz Roja. Igualmente, como parte de su compromiso con los derechos humanos, Epson ha decidido suspender la venta de sus productos a Rusia y Bielorrusia. A veces, ante problemas de esta magnitud, poco más se puede hacer. Se trata de gestos que, si contribuyen a aliviar el sufrimiento de los afectados, tienen un valor infinito.



OFF

■ Que en pleno siglo XXI haya dirigentes como Putin, nostálgicos de los grandes Estados-nación, tan perturbados como para iniciar una guerra de consecuencias imprevisibles, amenazando incluso con el uso de las armas nucleares, supone un grave peligro, no ya para los propios rusos, que tienen que sufrir una forma de hacer política muy alejada de los principios democráticos; ni tan siquiera para los pobres ucranianos, en su punto de mira inicial; sino para todo el planeta. Las potencias mundiales no pueden estar en manos de líderes irresponsables, porque empezamos a darnos cuenta que lo que durante años hemos podido considerar como asuntos internos, mirando para otro lado, puede llegar a convertirse en un grave problema para todos. Dado que los seres humanos somos capaces de lo peor y lo mejor, como nos ha demostrado nuestro pasado, confiemos en esta ocasión en que sabremos estar a la altura de las circunstancias y resolver la situación de la mejor manera posible, porque, de lo contrario, es posible que no tengamos otra oportunidad.

Haier

Climatización y confort

Soluciones
de confort
y ACS



La nueva aerotermia de Haier que utiliza **Energía renovable eficiente**

Super Aqua es la nueva gama de aerotermia de Haier que proporciona confort y ACS con alta eficiencia energética. Utiliza gas refrigerante ecológico R32 y funciona a bajo coste para una solución completa de agua caliente.



Capacidad



ACS



Radiadores



Suelo
radiante



Ecológica

Para conocer más sobre nuestra gama de aerotermia visite haieraerotermiayacs.es



Dispositivos antimicrobianos de Acer

Acer anuncia nuevos productos con protección antimicrobiana, para aquellos usuarios que tienen que hacer un uso intensivo de sus dispositivos y no quieren andar desinfectando las superficies de contacto. Para la fabricación de estos productos, la compañía ha recurrido a los iones de plata, que impiden el crecimiento y la reproducción de microorganismos. Esta sustancia se aplica a chasis, teclados, pantallas, touchpad, lectores de huellas, bisagras, y hasta en los pies de goma de los productos. Así se minimiza la presencia de microorganismos. Además, los iones de plata aplicados en el recubrimiento Corning Gorilla Glass, incrementan la durabilidad y resistencia de las pantallas. Ejemplo de productos con estas propiedades son los portátiles Acer TravelMate Spin P4 y Spin B3, o el teclado y ratón Bluetooth KM501. www.acer.com

Smart Oven Pizzaiolo de Sage Appliances

El Smart Oven Pizzaiolo de Sage Appliances es el primer horno de sobremesa del mundo capaz de alcanzar los 400°C para preparar una pizza al estilo de leña en solo dos minutos. El horno dispone de siete estilos de cocción preestablecidos, que permiten cocinar una amplia variedad de estilos de pizza, como la pizza estilo Chicago, la pizza estilo Nueva York o la pizza estilo napolitano, además de contar con un modo manual para los cocineros caseros que quieran aventurarse más allá de los estilos de cocción preestablecidos. Además, el Smart Oven Pizzaiolo también permite asar verduras y cocinar una amplia gama de panes planos. Smart Oven Pizzaiolo ya está disponible en España con un PVP de 829,90 euros. www.sageappliances.com



Reloj Durcal, un dispositivo que salva vidas



El reloj Durcal es un dispositivo electrónico muy útil para controlar la salud y que ha demostrado que puede ayudar a salvar vidas. Al pulsar el botón de ayuda del mismo, el usuario que lo lleva recibe la llamada de la central de emergencias en menos de 10 segundos. La SIM integrada del dispositivo permite ver la localización exacta del reloj y comunicarse con su portador a través del propio dispositivo. El pasado mes de enero, en solo una semana, a través del reloj de Durcal, la central de emergencias de Movistar Prosegur Alarmas registró 143 llamadas, entre las que se hubo un caso grave de ictus, enfermedad que causa 40.000 muertes cada año, según la FEI. En este caso, se pudo contactar con el acompañante de la persona

que llevaba el reloj y que sufrió un desvanecimiento. Inmediatamente se dio aviso al 112 para que enviaran una ambulancia al lugar del accidente. <https://durcal.com>



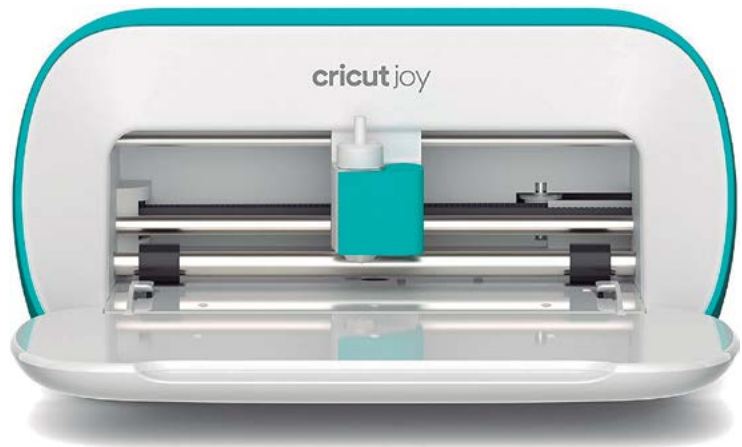
Garmin Body Battery

Garmin ha incluido en sus nuevos smartwatches la función Body Battery, que utiliza una combinación de los datos de variabilidad de la frecuencia cardíaca, estrés, calidad del sueño y actividades realizadas durante el día, entre otros, para estimar cuándo el usuario está preparado para ponerse en marcha o cuándo necesita parar y reponer fuerzas.

Esta herramienta es ideal para aquellas personas que quieren empezar un cambio en su estilo de vida o rutina de ejercicios, ya que proporciona estadísticas continuamente que pueden consultarse a través de Garmin Connect. Estos cambios pueden ser tan sencillos como aumentar el ciclo de sueño y adecuarlo a las ocho horas recomendadas, equilibrar las horas de trabajo con las de descanso, o aprovechar los momentos en los que tenemos más energía y, por lo tanto, más fuerza de voluntad para hacer frente a los desafíos diarios. www.garmin.com/es-ES

Cricut Joy

Con el tamaño de un bloc de notas, Cricut Joy es la máquina de corte y escritura más accesible del mundo. De esta manera, permite personalizar el día a día de forma práctica y es ideal para los amantes del "do it yourself". Corta multitud de materiales en cualquier forma, desde vinilos y aplicaciones termoadhesivas hasta cartulinas, etiquetas adhesivas de papel e incluso esa cartulina fina que tienes por casa. Y no solo corta, también te permite escribir y dibujar sin mover un dedo. <https://www.start2cricut.com/es-es/>



Collar canino Invoxia

En la feria CES 2022, Invoxia presentó su galardonado Smart Dog Collar: el primer rastreador de mascotas para consumidores que utiliza inteligencia artificial para monitorear la salud y el bienestar de los perros, además de su paradero. Con sensores de última generación, acelerómetros precisos y capacidades integradas de redes neuronales profundas, puede monitorear los signos respiratorios y cardíacos de un perro, detectar anomalías en el comportamiento del animal y alertar

a los propietarios y veterinarios sobre posibles problemas de salud. Todo, mientras realiza un seguimiento del paradero de la mascota. Se espera que llegue al mercado en el verano de 2022. www.invoxia.com



Maite Gómez

Directora RR.HH. Electrolux Iberia

Electrolux Iberia volvió a ser seleccionada como una de las mejores empresas de España para trabajar, mediante la concesión de la certificación Top Employer 2022.

www.electrolux.es

¿Cuántos empleados tiene Electrolux en España?

Actualmente en Electrolux España trabajan 143 personas, entre las oficinas centrales de Madrid situadas en Alcobendas y el resto del equipo en la península.

¿Cómo valora la inclusión nuevamente de la empresa en el último Top Employer?

Para nosotros es un gran reconocimiento y orgullo recibir un año más, y ya van doce consecutivos, el certificado Top Employer, que reconoce muchos de los pasos que hemos dado en la estrategia de personas, el entorno de trabajo, la adquisición de talento, el aprendizaje, el bienestar y la diversidad e inclusión. Trabajar en procesos y políticas que garanticen un entorno laboral óptimo para nuestro equipo humano es una prioridad para el grupo. En este sentido, este sello es un reflejo del cuidado, excelencia y compromiso de Electrolux en esta misión.

¿Por qué podemos decir que Electrolux es una de las mejores empresas para trabajar en España?

En el Grupo Electrolux buscamos perfiles que representen diferentes nacionalidades, culturas, edades, sexos, etc. Creemos que un equipo multidisciplinar y heterogéneo genera riqueza y aporta valor a las empresas. Para nosotros, Electrolux tiene que ser un lugar de trabajo donde los empleados se sientan cómodos, valorados y motivados. En este marco, nos dedicamos también a crear e implementar políticas que garanticen la conciliación laboral y familiar. En definitiva, tenemos una visión: Hacer la vida de las personas mejor.

Ello se traduce, por ejemplo, en que nuestro equipo disfruta de flexibilidad horaria, opción de teletrabajar con todas las herramientas tecnológicas a su alcance, días adicionales de descanso por nacimiento de hijos, más allá de los días extras de vacaciones que disfrutamos por encima

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
agregada

Somos la fuerza
del Pequeño Comercio

sinersis

 **MILAR**

 **euronics**

Tien21

sinersis.es

de lo que marca la Ley; celebraciones en diferentes momentos del año, invitando a las familias; actividades para la diversión y cohesión de equipos, como pueden ser gimnasios emocionales, entre otras actividades saludables, talleres divertidos como la degustación de cervezas en equipo o desayunos, concursos, invitación de 'speakers' motivacionales, experiencias como volar en un túnel de viento, escapar en un 'scape room' o recorrer Madrid en Mini con los compañeros...

Más ventajas incluyen que los viernes disfrutamos de jornada reducida durante el año, sistemas de retribución flexible y otros beneficios.

¿Cómo ha afectado a los empleados de Electrolux la pandemia y qué medidas han llevado a cabo para paliarla?

En un año tan complejo como 2021, en el que ha habido que seguir reorganizando y desafiando los procesos de trabajo para adaptar las competencias de los equipos a un entorno cambiante, nuestra prioridad ha sido el cuidado y el bienestar de los trabajadores.

El equipo humano es lo más importante en Electrolux. Lo consideramos el corazón del negocio. Siempre nos hemos tomado muy en serio el cuidado de las personas y hemos comprobado gratamente que, durante esta crisis mundial, nuestro equipo ha estado totalmente comprometido, mostrando una actitud ágil y flexible, abierto a los cambios y a los nuevos retos que este difícil periodo nos iba planteando sin previo aviso; afrontándolos con actitud colaborativa y remando para ayudar a que el negocio siguiera teniendo éxito.

La pandemia también ha tenido un impacto significativo en nuestra empresa, que ha tenido que alcanzar rápidamente una posición que permitiera a los empleados adaptarse, proporcionándoles las herramientas y la infraestructura tecnológica y el apoyo necesario a las personas.

El equipo humano es lo más importante en Electrolux. Lo consideramos el corazón del negocio

¿Cómo ha afectado la pandemia a los resultados de la empresa? ¿Cómo cerraron el ejercicio 2020 y 2021 y qué previsiones hay de cara a 2022?

La pandemia ha hecho que disfrutemos del hogar de otra manera y nos ha hecho más exigentes con los espacios y con lo que queremos de ellos. Ante las nuevas demandas de los consumidores en el hogar a raíz de la pandemia, los electrodomésticos han cobrado un gran protagonismo en el hogar con el objetivo de ofrecer un mayor bienestar en casa. Mayor tiempo en los hogares implica también una mayor exigencia en cuanto a las prestaciones para disfrutarlas. Por este motivo, los resultados de estos últimos años han sido positivos y vemos que la tendencia seguirá al alza, por lo que esperamos un cierre con crecimientos también en 2022.

¿De qué manera afecta la motivación de los trabajadores y el grado de satisfacción de los mismos a los resultados de la empresa?

Al considerar el equipo humano como nuestro activo más valioso, creemos firmemente que un equipo motivado y cuidado es condición fundamental para tener buenos resultados de negocio. Además de cuidar la performance laboral de cada uno, creemos que es fundamental que las personas se sientan cómodas, disfrutando de su trabajo. Electrolux es una empresa donde la gente puede proponer cosas nuevas y no tener miedo de cometer errores y aprender de ellos. Esto es así porque existe un ambiente de confianza. También proponemos nuevos retos para los que los quieran asumir y para que el trabajo sea enriquecedor. Igualmente, también velamos para que tengan un equilibrio sano entre la vida laboral y la familiar.



Electrolux ha sido reconocida por Top Employers varios años y en varios países.

¿Qué otros aspectos relacionados con la RSC trabaja actualmente Electrolux España?

Actualmente, tenemos un programa de RSC "For the Better" que va muy ligado a nuestra política de RRHH. Este programa pretende contribuir de una manera más firme, a hacer frente a grandes retos mundiales como son el hambre, la mala alimentación, el desperdicio de alimentos y el consumo responsable, apoyando así a los objetivos planteados por Naciones Unidas para promover el desarrollo sostenible. Y, por supuesto, los primeros involucrados en este programa son nuestros empleados de todo el mundo.

¿Qué relación cree que guardan dichos aspectos con el desarrollo de nuevos productos? ¿Cuáles son los lanzamientos de producto previstos para este año?

Al igual que desafiamos los procesos de trabajo para cuidar el bienestar del equipo humano, también buscamos desafiar las expectativas de los consumidores en cuanto a lo que esperan de los electrodomésticos en el hogar. No puedo revelar todavía los lanzamientos para este 2022, pero puedo anticipar que habrá grandes novedades en todas nuestras categorías: cocina, lavado y bienestar en el hogar.

¿Cree que el usuario final, el cliente potencial que adquiere los productos de la marca, puede percibir, de alguna manera, que Electrolux es un buen lugar para trabajar?

Es difícil de saber a ciencia cierta, pero creo que sí se puede percibir. Primero, porque los fans más grandes y usuarios más fieles de los productos del Grupo Electrolux somos precisamente nosotros, los trabajadores. Y eso se traslada a los productos. Ya que es evidente tanto el cuidado al mínimo detalle de tecnología, diseño, y performance, como la orientación fundamental a la satisfacción de las necesidades del usuario.

Además, hoy en día, los consumidores no solo compran un producto por lo que es, sino también por lo que representa, por los valores que defiende la compañía y por todos quienes lo hacen posible.

Y esta filosofía no se ve reflejada solamente en los productos, también en el trato y en el saber hacer que logran ofrecer nuestros empleados a diario a través del servicio al consumidor y al cliente.

El retail, ante el reto de la digitalización basada en el cliente

La transformación digital es uno de los principales retos a los que han de enfrentarse todas las empresas. Pero conseguir una organización eficiente basada en los datos no consiste solo en elegir e implantar las tecnologías adecuadas. Pasa por una revisión profunda de la organización y por una estrategia en consonancia, que siga teniendo al cliente en el centro.

■ Actualmente oímos hablar de muchos términos que pueden contribuir a generar ruido y confusión entre las empresas a la hora de plantear sus estrategias de transformación digital. Hay una saturación de conceptos y tecnologías que, precisamente, no ayudan a tomar decisiones en este sentido. Por lo tanto, ante este reto, es necesario, en primer lugar establecer objetivos: tener claro qué es lo que se quiere conseguir, para actuar en función de esto. Y todo pasa por ser capaces de ofrecer una mejor experiencia de compra al cliente.

La digitalización permite a las empresas estar en un mercado cada vez más tecnológico y poder hacer frente a la competencia. Además, la digitalización ofrece un mejor posicionamiento y reputación de marca, y disminuye el riesgo, gracias a la automatización de muchos procesos. Igualmente, una digitalización bien integrada promueve la innovación y la creatividad dentro de la empresa.

Para la distribución electro, las ventajas que la digitalización puede aportar en multitud de cuestiones relacionadas con el negocio, son numerosas; empezando por la propia gestión interna de las empresas, pasando por la captación de clientes y la eficiencia de las ventas, hasta la postventa.

Uno de los factores que más han contribuido a acelerar el proceso de transformación digital ha sido precisamente la pandemia, especialmente en lo referente a las transacciones comerciales.

Como decimos, la transformación digital se centra cada vez más en el consumidor, en lugar de en el producto, y combina la experiencia del cliente con la excelencia operativa. Para satisfacer dichas necesidades, según la tecnológica T-Systems, los establecimientos físicos deben explotar sus puntos fuertes con ayuda de soluciones digitales.

La base es la excelencia operativa, que logra ofrecer los productos a precios económicos, en el momento adecuado. Aquí es importante también la modernización de la gestión de los productos, así como del hardware y el software de cajas. Otros detalles a considerar son el establecimiento de estrategias omnicanal ayudadas por tecnologías como la inteligencia artificial (para análisis predictivos, asignación de mercancías o reconocimiento de imagen), la nube, o la comunicación móvil.

Un punto interesante a la hora de plantear una estrategia de digitalización en el retail es el que tiene que ver con la recopilación de datos a partir de la interacción con los clientes para la toma de decisiones. Y es que el retail ostenta aquí una posición privilegiada frente a las marcas, por su trato directo con los clientes. En este sentido, datos como qué productos despiertan más interés, qué servicios facilitan la compra, o cómo personalizar el contacto con el cliente, ayudan a crear una experiencia de compra positiva, tanto en el canal offline como en el online.

Las tecnologías digitales ayudan a la personalización de ofertas y productos. Así, pueden detectar cuándo el cliente pasa por una tienda que tiene el producto previamente buscado por el usuario y ofrecerle en su móvil un descuento simplemente detectando su geoposicionamiento. También pueden ayudar al cliente seleccionando y presentándole posibilidades de producto y pueden hacer posible la entrega en su domicilio el mismo día.

Igualmente, en el futuro desaparecerán las líneas de cajas, los consumidores tomarán lo que quieren y se les cobrará automáticamente al salir de la tienda.

Por otro lado, la digitalización refuerza la tendencia de la sostenibilidad. Cada vez más clientes consideran que el comercio minorista debe operar de manera sostenible, porque ellos no quieren sentirse culpables de estar haciendo daño al planeta.

La transformación digital se centra cada vez más en el consumidor en lugar de en el producto, y en la experiencia de compra

Además, las prácticas sostenibles se pueden medir con herramientas digitales. Completamente interconectada, toda la cadena de suministro conduce a una estimación de la demanda más precisa, una logística de entrega optimizada, mayor seguridad y calidad de los productos. Y el cliente es el principal beneficiario. De esta manera, su experiencia de compra se vuelve más placentera y cumple mejor sus expectativas.

La falta de tiempo de los consumidores es otra tendencia donde la digitalización puede ayudar. Los minoristas deberían abordar esta cuestión mediante sinergias. Y la forma más sencilla de hacerlo es a través de la venta omnicanal, o vinculando las tiendas online con los smartphones y las tiendas físicas. Los terminales POS y las aplicaciones ayudan a tomar decisiones bien informadas en beneficio de los consumidores.

Otra tendencia son las plataformas de venta cruzada donde, por ejemplo, si alguien compra esquís, recibe también ofertas de hoteles en zona de nieve, ropa especial...Y todo esto se puede combinar tanto online como offline. Una de estas plataformas es SportScheck, que, además de artículos deportivos, también ofrece información, servicios, eventos, viajes, etc. Además, los clientes de la empresa reciben ofertas exclusivas de los socios de la plataforma. En la misma línea, la cadena de perfumerías Douglas ha invertido en la startup Welmoa, que ofrece una plataforma de reservas para salón de belleza a domicilio casi inmediato. Generalmente, estas plataformas complementan una gama de productos con más productos o servicios relacionados.

El operador también obtiene ganancias cada vez que se realiza una compra a los socios de la plataforma.

A pesar de que el comercio online está en auge, no ha conseguido dominar la última milla, la de la fase de entrega del producto al cliente. Se trata de un paso importante del proceso de compra y determina en gran medida la satisfacción del cliente. Aquí, Amazon es pionera con su propio servicio de reparto en zonas urbanas y "entrega el mismo día" lo que implica una gran cantidad de gastos generales. Requiere una flota de vehículos así como personal para logística de almacén y transporte. Esta es la razón por la que muchas empresas emergentes minoristas están experimentando con entregas autónomas a través de drones y robots. La entrega automática está cada vez más cerca. Así, la startup estonia Starship está probando actualmente su robot de entrega autónomo en diferentes entornos de todo el mundo. Por ejemplo, en Alemania tiene un proyecto piloto con Media-Saturn.

Contar con un servicio de atención al cliente ayuda a cumplir las expectativas de los clientes de forma rápida y precisa, y con tiempos de espera reducidos. Ello se traduce en un aumento de la satisfacción del cliente.

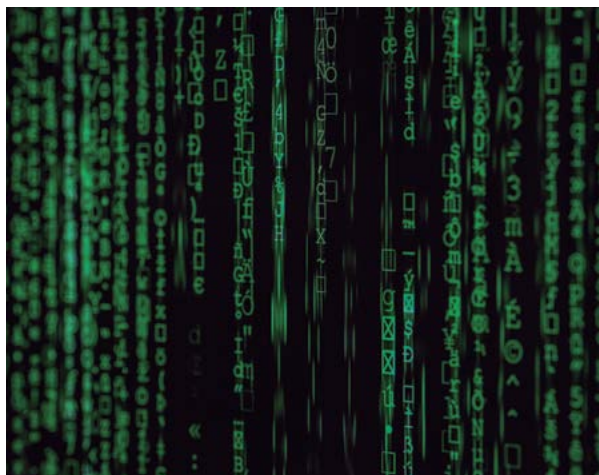
Procesos eficientes e información transparente que es la misma en todos los medios para que sea más fácil para los empleados crear el viaje perfecto para los clientes. Las aplicaciones de automatización recrean complejos flujos de trabajo y contribuyen a cerrar brechas en los procesos

basados en TI. Actualmente se habla de dos metodologías: La primera es la Gestión de servicios empresariales (ESM). Basada en la plataforma en la nube "ServiceNow", ayuda con la automatización de procesos de servicio como los de TI, RRHH, y atención al cliente. Esta plataforma ayuda al comercio minorista a cambiar su enfoque: del producto al cliente. En el futuro, el servicio ya no será improvisado sino más bien sistemáticamente organizado. El segundo sistema, denominado Automatización Robótica de Procesos (RPA), utiliza robots de software que manejan procesos manuales actuales rápidamente, sin errores y en funcionamiento las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Usan toda las aplicaciones de TI existentes y reemplazan a los usuarios humanos. La ventaja es que permite conservar los sistemas existentes, lo que ayuda a comenzar la digitalización.

Nuevos perfiles profesionales

Pero llevar a cabo un proceso de transformación digital como parte de una estrategia completa que permita cambiar la cultura y el enfoque empresarial; que logre implicar a todo el equipo y sirva para mejorar la experiencia del cliente es difícil si no se dispone de la ayuda de profesionales expertos en la materia. En este contexto, la International Labour Organization señala que uno de los perfiles emergentes más buscados a nivel europeo será el "Especialista en Transformación Digital", que ya ocupa el quinto lugar entre las profesiones más demandadas en España.

Se calcula que aproximadamente el 55,2% de la población activa tiene habilidades digitales. Según el informe The future of jobs Report del World Economic Forum, el 92,9% de las compañías se vieron obligadas a acelerar sus procesos de digitalización por la pandemia y las tecnológicas se han situado como la sexta habilidad más demandada por las empresas. En este sentido, como apuntan desde TBS Educación, entre los perfiles más demandados figuran los de expertos en análisis de datos, inteligencia artificial y especialistas en Big Data.



Ayudas para la digitalización de las PYMES

Para tratar de conseguir impulsar la digitalización del conjunto de la economía, el Gobierno de España ha puesto en marcha Kit Digital, un programa de ayudas por valor de 3.000 millones de euros para que las pymes adopten un conjunto de herramientas digitales, disponibles en el mercado. Así, se contemplan tres tipos de empresas que pueden optar a estas ayudas. El de aquellas que tienen entre 10 y menos de 50 empleados, que cuentan con un bono digital de 12.000 euros; las empresas con entre 3 y menos de 10 empleados, que pueden recibir hasta 6.000 euros y, finalmente, las firmas de entre 1 y menos de 3 empleados y personas en situación de autoempleo, que pueden optar a 2.000 euros.

En este sentido, para poder obtener las ayudas hay que rellenar un formulario sencillo, darse de alta en Acelera PYME y realizar un test de madurez digital. Posteriormente, una vez se publique la convocatoria de ayudas, habrá que rellenar la petición y cumplir los requisitos para recibir el bono digital.

Entre las soluciones que pueden implantar las empresas que obtengan el bono, se incluye la gestión de redes sociales, el comercio electrónico, la gestión de clientes, servicios y herramientas de oficina virtual, gestión de procesos, factura electrónica o formación en ciberseguridad. El Kit Digital supone por lo tanto una oportunidad para las PYMES de modernizarse y conseguir mejorar su productividad hasta en un 20%, según los expertos.

Lo que viene: Metaverso y experiencia phygital

Manhattan Associates, especialista en soluciones para la cadena de suministro y comercio omnicanal, señala el potencial del metaverso para las empresas de retail, teniendo en cuenta que, según la consultora Gartner, en 2026, el 25% de la población pasará en él al menos una hora al día. Así, ya hay empresas trabajando para adaptar



su ecommerce al metaverso y poder brindar una nueva experiencia de compra online en dicho mundo virtual. Y ello, tanto para que los usuarios compren ítems digitales para consumir en el metaverso, como artículos que puedan recibir en casa o recoger en tienda. De este modo, las marcas buscan conectar el online y offline como nunca para ofrecer la denominada experiencia phygital.

Las necesidades y los deseos de los clientes cambian y su comportamiento se rige cada vez más por el deseo de inmediatez, personalización y diversificación de canales. De esta necesidad surgen tecnologías que permiten ofrecer ventajas y servicios a los que el cliente normalmente no tendría acceso, como pantallas interactivas que permiten consultar el catálogo e incluso asistir a compras de transmisión en vivo, o formas de autopago que agilizan el proceso de compra y permiten al consumidor cumplir con el distanciamiento social derivado de la pandemia.

A pesar de que el uso de tecnologías mejora la experiencia del cliente en gran medida, es importante no perder de vista el lado humano de la compra. Según Manhattan Associates, la presencia de responsables de tienda cercanos o de empleados en las cajas también cobra importancia. El sentido absoluto de la experiencia phygital radica, entonces, en ofrecer lo mejor de cada mundo. Para que esto sea posible, las piezas deben estar coordinadas: desde la cadena de suministro y la logística hasta el punto de venta, todo para ofrecer transparencia, seguridad, procesos de compras o devoluciones ágiles, entregas rápidas, múltiples opciones de entrega o recogida, etc.



LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL, SEGÚN PABLO FONCILLAS

En un artículo publicado en la revista Harvard Deusto, el profesor del IESE y conferenciante, Pablo Foncillas (en la imagen), señala que, más que a la tecnología, las empresas tienen que considerar a sus empleados en sus procesos de transformación digital. En este sentido, resulta fundamental conocer cuál es la percepción de los trabajadores respecto a cómo afectará la transformación digital a su trabajo para, seguidamente, tratar de movilizarlos.

Según Foncillas, lo importante de la transformación digital está precisamente en el término transformación, más que en el de digital; y, por lo tanto, ello implica comenzar teniendo claro un objetivo, una visión, para seguir trabajando con las personas de la organización de manera que avancen en la misma dirección; seguidamente, con los procesos y, finalmente, con los sistemas; que es donde entra la tecnología, y no al revés. En este sentido, preguntarse para quién cambiamos o por qué hemos de cambiar es un buen punto de partida.

Para Foncillas, la clave de la transformación digital está en las personas, porque la tecnología acaba siendo la misma para todas las empresas. Así, recomienda incidir sobre las percepciones de los profesionales de las empresas porque están relacionadas directamente con la transformación de las organizaciones. De esta manera, asegura que para saber el grado de digitalización de una empresa hay que empezar conociendo el de motivación de sus empleados y trabajar esto en primer lugar. Porque las empresas evolucionan si lo hacen sus trabajadores y estos a su vez cambian según sus percepciones. Por lo tanto, la primera regla a aprender es que la transformación digital es un estado mental dinámico y no un destino inmóvil ligado a un proyecto.

Foncillas reconoce que en las empresas hay diferentes perfiles de profesionales en función de su disposición a aceptar la transformación digital, los avanzados, los medios y los iniciados. Dado que, por regla general, las empresas se mueven al ritmo del grupo de profesionales más lento, es fundamental identificarlos y cuantificarlos. Se trata de un tema de competitividad clave. Si los empleados no son capaces o no usan una nueva tecnología implantada por una empresa esto afecta directamente a su competitividad. El profesor del IESE considera que la transformación digital no es una meta concreta. No es un destino al que se llegue. Porque se trata de un proceso de aprendizaje continuado que no termina nunca. Dado que avanzar en transformación digital es la única opción posible para empleados y empresas, porque es inevitable y porque afecta a la competitividad si no se avanza, lo primero es ver dónde estamos, dónde queremos llegar y llevar a los diferentes grupos de empleados al siguiente nivel, conscientes de que la transformación digital no termina nunca.

Foncillas considera importante crear un plan claro y movilizador para todos los empleados, con una visión que les ilusione; y dedicar esfuerzos a comunicarlo y a comprobar que está calando y esto según los diferentes grupos de empleados. Definir el plan es lo primero. Muchos directivos, apunta Foncillas, piensan que la tecnología va a suplir las carencias de la visión empresarial. De esta manera, para Foncillas, la transformación digital no es sino la capacidad de las organizaciones y de los profesionales para seguir avanzando.

www.pablofoncillas.com



EL EJEMPLO DE MEDIAMARKT

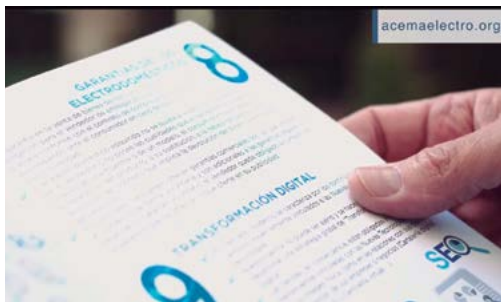
Un ejemplo de cómo el retail electro está avanzando en transformación digital centrada en la atención al cliente es el reciente acuerdo entre MediaMarkt Iberia y AnyTech365, empresa líder de soporte tecnológico a nivel mundial, para ofrecer su servicio de soporte técnico en remoto desde tienda física. Así, MediaMarkt ofrecerá los servicios de AnyTech365s en todas sus tiendas bajo el concepto "Shop in Shop". Cada tienda MediaMarkt contará con técnicos profesionales de IT que ofrecerán a los clientes servicios de configuración y optimización para cualquiera de sus dispositivos

tecnológicos. Este servicio, que ya está disponible en varias tiendas de la compañía, se prevé que esté funcionando a mediados de 2022 en las 107 tiendas de MediaMarkt en España.

Desde su puesta en marcha, este servicio de Soporte Técnico ha estado disponible en remoto y ha sido de carácter gratuito para la instalación y activación de software, inicio de PC nuevo, creación de cuentas y perfiles, configuración de dispositivos inteligentes y traspaso de datos. Durante este periodo, se han realizado un total de 2.000 servicios y los resultados han sido muy positivos. La gran acogida del servicio, ha llevado a MediaMarkt y Anytech365 a ofrecer este servicio desde tienda física. De esta forma, se logra dar solución a todos los clientes sobre cualquier tipo de incidencia, duda o consulta acerca de cualquiera de los dispositivos tecnológicos que posean en sus hogares o empresas.

El servicio Enjoy Technology está especialmente diseñado para ayudar a los clientes a instalar, activar y resolver incidencias de cualquier tipo de licencia de software. Además, también ha sido creado para ayudar a los usuarios en el manejo de aplicaciones, actualizaciones y configuración de ordenadores, móviles, Smart TV, y cualquier otro tipo de dispositivo conectado a Internet. El funcionamiento de este servicio es muy sencillo. Por un lado, para poder acceder a este servicio de forma remota los usuarios deberán ponerse en contacto con el Departamento Técnico a través de un número 900 y realizar la consulta. Los técnicos, a través de internet, se conectarán de forma remota a los dispositivos de los clientes para darles asesoramiento y soporte sobre cualquier tipo de incidencia. Por otro lado, los usuarios también pueden optar por acudir a la tienda física más cercana y el Departamento Técnico les dará ayuda y soporte sobre cualquier incidencia, duda o consulta acerca de cualquiera de los dispositivos tecnológicos.

Este proyecto supone un paso más en la estrategia de servicios y soluciones personalizadas de MediaMarkt, en la que la compañía apuesta en todo momento por acompañar al cliente en todas las fases de vida de los artículos que adquiera. Por ello, con su puesta en marcha ambas compañías quieren sumar fuerzas para poner en valor la calidad, la excelencia y la exclusividad de este servicio pionero en nuestro país. "En MediaMarkt trabajamos día a día para facilitar la vida de nuestros clientes, desde que adquieren un producto tecnológico hasta con los servicios que necesiten. Por ello, gracias a este proyecto de la mano de AnyTech365, damos un paso más en nuestra misión de acompañar al cliente en el mundo digital, convertirnos en su socio y ayudarle a sacar el máximo partido de la tecnología", ha afirmado Antonio Arribas, Head of Business Development de MediaMarkt Iberia.



ACEMA Y LA DIGITALIZACIÓN

También hablamos con José Manuel Fernández, presidente de ACEMA (Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos y Muebles de Cocina y Servicios de Asistencia Técnica), sobre transformación digital.

¿Cuál es el grado de digitalización de los miembros de ACEMA? El año pasado acabamos un estudio sobre el nivel de madurez digital

de nuestros asociados, y pudimos comprobar que aún nos queda mucho por recorrer. Formamos parte de un comercio tradicional cuyas tiendas a pie de calle o en centros comerciales tenían una entrada de clientes que cubría sus necesidades. El mercado hace tiempo que cambió y ahora el consumidor y sus necesidades son diferentes. Igual que los sectores del comercio tradicional, todos adolecemos de una falta de digitalización. No somos una excepción.

¿En qué medida desde ACEMA están ayudando a sus asociados a avanzar en estos temas? Los primeros que teníamos que digitalizarnos éramos nosotros. Así, hemos realizado un esfuerzo en los últimos años, para comunicar de forma más eficaz, a través de diferentes canales digitales, páginas web, app's, redes sociales, etc. Para nuestros asociados realizamos una tarea de transmisión y conexión de toda la oferta digital a la que tenemos acceso, a través de formación, de incentivos y ayudas de las diferentes administraciones, como los Fondos Next Generation.

¿Cuáles considera que son las principales ventajas/oportunidades de la digitalización para el canal electro? Las ventajas son diferentes: mejor organización de la empresa, más seguridad para la misma, y, sobre todo, que nos ayuda a comunicar, a llegar al cliente, y a conseguir lo fundamental, que es vender.

¿Cree que la digitalización podría suponer la destrucción de empleo en algunos ámbitos? Podría ser, pero para que eso no ocurra el legislador tendría que establecer las mismas reglas para todos los jugadores, ya que si consiente privilegios a las empresas que venden por internet (como pagar impuestos fuera o no inspeccionarlas), habrá más cierres, y más paro. Por otro lado, hay que pensar en la importancia del comercio tradicional en el desarrollo de las economías locales, el impacto social que para las ciudades tiene el cierre del comercio, o los efectos medioambientales de las entregas del ecommerce, nada que ver con cuando el consumidor va andando a la tienda de barrio.

¿Qué tareas relacionadas con el sector considera que pueden verse impulsadas con la digitalización? La organización de las pymes, aumentar las ventas, la imagen del sector, y una mayor seguridad para los negocios.

Mencione algunos logros recientes de sus asociados relacionados con la digitalización o acciones previstas. Un adecuado posicionamiento en la red conlleva mayores posibilidades de tener éxito, eso creo que todos lo tenemos claro. La fórmula, sin embargo, pienso que es muy complicado conseguirla. Para algunos, las redes sociales les han permitido comunicar mejor con los clientes y les han ayudado a vender. Otros lo están consiguiendo a través de los Market Places, incluso hay quienes a través de sus propias páginas web; creo que no hay un criterio único y definido, y tampoco hay una ciencia exacta para saberlo.

<https://acemaelectro.org>



LO QUE ESTÁ HACIENDO GRUPO ACTIVA

Desde el Grupo Activa han querido compartir con SONITRÓN cómo están trabajando y avanzando en su proceso de digitalización.

¿Cuál es el grado de digitalización de los miembros de Grupo Activa? La digitalización de las empresas pasa previamente por un cambio cultural y mental de los empresarios y de los equipos. Tener una web o redes sociales no significa haber digitalizado la empresa. En estos momentos, desde una gran empresa hasta una pequeña tienda, todas deben tener definida su estrategia digital, tanto en procesos administrativos, comerciales y de recur-

sos humanos. Así, en Grupo Activa, todas nuestras plataformas están totalmente digitalizadas, tanto en procesos de compras como de ventas, como en los servicios ofrecidos a las tiendas.

¿En qué medida desde Activa están ayudando a sus asociados a avanzar en estos temas? Grupo Activa, a través de sus plataformas regionales, pone a disposición de sus asociados todas las herramientas necesarias para la digitalización de sus negocios, fomentando proyectos que potencien la tienda física a través de recursos digitales, buscando la omnicanalidad y la diferenciación dentro del sector. Un buen ejemplo de nuestro desarrollo digital para las tiendas es el lanzamiento de nuestra Aula Virtual Activa, plataforma de formación para los profesionales de las tiendas. En la misma, los usuarios disponen de formaciones de las marcas más importantes en formato no presencial y una amplia programación de webinars en directo.

¿Cuáles son las principales ventajas/oportunidades de la digitalización para el canal electro? El consumidor es quien está tirando de la transformación digital, las generaciones consumidoras son totalmente digitales, por lo que las empresas, en este caso el canal electro, se tienen que adaptar a una nueva forma de hacer y generar negocio. Por tanto, todo son ventajas y oportunidades, pero tenemos que formar y educar a las tiendas para hacer frente a este cambio.

¿Cree que la digitalización podría suponer la destrucción de empleo en algunos ámbitos? La digitalización, más que destruir empleo, lo va a transformar. Por eso, desde Grupo Activa queremos potenciar la formación para impulsar la digitalización y el conocimiento de la misma y transformar a nuestros profesionales de hoy en profesionales del futuro.

¿Qué tareas relacionadas con el sector considera que pueden verse impulsadas con la digitalización? Todos los procesos pueden verse impulsados por la digitalización, desde el control de stocks de los fabricantes, la trazabilidad del producto, hasta el control de accesos en los puntos de venta; todos, imprescindibles para el crecimiento de nuestro sector. Poder hacer uso de todas las herramientas digitales disponibles del mercado, y así obtener datos, información en un instante, es sinónimo de efectividad y de incremento de ventas en las tiendas.

Mencione algunos logros recientes de sus asociados relacionados con la digitalización. Además de lo mencionado, hemos puesto en marcha en las tiendas, sistema de cartelería digital; catálogo digital en tótem interactivo; intranet avanzada de pedidos y logística; portal de formación virtual; venta online y sistema de gestión ERP.



LA VISIÓN DE FECE

Desde la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos, su Secretario Genral, Carlos Moreno-Figueroa, deja muy claro cómo ven el tema.

¿Cuál es el grado de digitalización de los miembros de FECE? Habría que definir qué es digitali-

zación, porque muchas veces se confunde con comercio electrónico y este no es más que el último eslabón de una cadena. Digitalización significa trabajar en todos los procesos con herramientas que permitan la automatización, la obtención y el uso de datos, las comunicaciones rápidas y eficientes, así como avanzar hacia la omnicanalidad. En muchos de estos aspectos tenemos una situación más que aceptable. Durante las primeras semanas del confinamiento provocado por la pandemia pudimos comprobar que el grado de comunicación y conexión de nuestro sector es muy elevado, estando por encima de la media del comercio en España. Aún así, queda mucho camino por recorrer y en ello estamos trabajando.

¿En qué medida desde FECE están ayudando a sus asociados a avanzar en estos temas? Con la colaboración de KPMG y Santander Consumer Finance hemos elaborado un proyecto de transformación que suponga una importante mejora de competitividad del sector. Este trabajo ha sido presentado en cuatro ministerios y en varias comunidades autónomas, obteniendo un claro respaldo de todos ellos para la obtención de fondos Next Generation. Adicionalmente, estamos trabajando en la obtención de fondos del Kit Digital. Asimismo, hemos impulsado de la mano de CEPYME un plan formativo de digitalización mediante el cual y de forma totalmente gratuita, todas nuestras tiendas, plataformas y asociaciones pueden acceder a un curso online muy completo con un contenido excelente y muy didáctico.

¿Cuáles considera que son las principales ventajas/oportunidades de la digitalización para el canal electro? Si pensamos que el comercio será digital o no será, creo que está todo dicho. El sector debe pensar en las necesidades de los consumidores y en cómo figurar dentro de sus principales opciones de elección. Nuestros establecimientos son imbatibles en la prescripción de producto, en su conocimiento, en oferta del mejor producto en función del cliente. Aportamos además una capilaridad imbatible. Los puntos de venta deben tener a su disposición herramientas que les permitan competir con otros canales en plan de igualdad de oportunidades. Deben contar con unos sistemas potentes que les permitan disponer de toda la información de producto, de stocks, de suministro. Las tiendas deben poder facilitar los precios adecuados, una financiación y ampliaciones de garantía para reforzar la venta. Todas las exigencias en el terreno del reciclaje y la sostenibilidad tienen que simplificarse y automatizarse. En definitiva, hay que hacer un poco más fácil el día a día de los comerciantes para que hagan aún mejor lo que saben hacer, que es atender al consumidor y vender electrodomésticos de una forma rentable.

¿Cree que la digitalización podría suponer la destrucción de empleo en algunos ámbitos? Nuestro modelo debe pasar por la omnicanalidad, lo que significa una convivencia de lo físico y el mundo online. El comercio es relacional y

nuestros puntos fuertes son la capilaridad y el conocimiento. Si los pure players digitales están obsesionados con tener presencia física es porque saben que no solo de ecommerce vive el consumidor. Las tiendas físicas son imprescindibles y lo van a seguir siendo. La continua digitalización de nuestro sector va a reforzar las tiendas físicas y a contribuir en su desarrollo.

¿Qué tareas relacionadas con el sector considera que pueden verse impulsadas con la digitalización? Insisto en que la digitalización es una forma de pensar, de enfocar el día a día de las empresas. Por tanto, todas las tareas que hoy se desarrollan tienen que ser reenfocadas desde la perspectiva de la digitalización. Nuestro trabajo ha cambiado y va a seguir cambiando. Esto lleva pasando desde el comienzo de la humanidad. La única diferencia es que todo este proceso se ha acelerado hasta límites insospechados. En los últimos quince años hemos podido avanzar tanto o más que en los 500 anteriores. Esto es un reto, una oportunidad y un privilegio que debemos saber aprovechar.

Mencione algunos logros recientes de sus asociados relacionados con la digitalización o acciones previstas. Como he dicho antes, nuestro sector está por encima de la media del comercio en España y somos utilizados como ejemplo en muchos foros. La vertebración que suponen los grupos y asociaciones y el impulso que han dado en la digitalización del sector son muy importantes. La conexión de los puntos de venta con las plataformas, las mejoras en la calidad y cantidad de información, el trabajo realizado en comunicación, el desarrollo de plataformas de venta online... hay tantos ejemplos que sería injusto poner nombre a alguno de ellos.

www.fece.org

Nuevo Split
AGIO

A+++

Alta eficiencia



Función Turbo



Control Wi-Fi
incluido



INCLUYE

Filtro de polvo estándar
Multifunción
Fotocatalítico

EL AIRE MÁ+++S FÁCIL.

Más eficiencia, más calidad de aire

daitsu.es

daitsu
El aire más fácil.

*Los modelos ASD 9K-DG y ASD 12K-DG de la gama Agio cuentan con una clase energética frigorífica y calorífica A+++ / A+++.

Resultados de Esprinet en 2021

Esprinet cerró 2021 con 44,1 millones de euros de beneficios netos, el 39% más que en 2020. Los ingresos por contratos con clientes ascendieron a 4.690,9 millones de euros, una cifra que supone un aumento anual del 4%. En España, Esprinet solamente creció un 1% en comparación con 2020, alcanzando unos ingresos de 1.686,7 millones de euros.

Teka, con la distribución

Como parte de su plan de formación iniciado en 2021, Teka ha impartido 435 formaciones para la distribución que han alcanzado a 2.871 personas (90% online y 10% presencial). 8 de esas formaciones han sido abiertas a toda la distribución, en formato slots de media hora, para 594 asistentes de 401 tiendas.

Ecolec hace balance de 2021

La Fundación Ecolec recicló 124.762 toneladas de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) en 2021. Se trata del 8% más que en 2020. El dato convierte a Ecolec en el único sistema colectivo de responsabilidad ampliada del productor de España en superar las 100.000 toneladas anuales de RAEE gestionadas.

Campaña #CompraYRecicla

La Asociación Andaluza de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar (AAEL/FAEL) ha lanzado la campaña #CompraYRecicla para impulsar el asociacionismo comercial y dinamizar al pequeño comercio urbano. Cuenta con la financiación de la Consejería de Transformación Económica, Industria, Conocimiento y Universidades de la Junta de Andalucía.

Ayuda de Cecotec para Ucrania

Cecotec ha realizado una donación de productos y electrodomésticos destinados a equipar los albergues, casas y viviendas de acogida donde se alojan las familias de refugiados ucranianos que llegan a Valencia. Esta acción, similar a la de otras empresas, como el mayorista Megasur, es una clara demostración de la implicación del sector con los afectados por la guerra.

Dimesa, en concurso de acreedores

Electrodomésticos del Sureste (Dimesa) preteneciente a Segesa y activo en las provincias de Murcia y Albacete, ha presentado concurso de acreedores ante el juzgado de lo Mercantil número 3 de Murcia. La firma Jorge Muñoz Consultores es la encargada de la administración concursal.

Menos ventas de gama blanca en 2022

Según APPLiA España, la facturación acumulada (enero + febrero) en nuestro país por las empresas de gama blanca cayó un 1,95% en su comparativa con el mismo periodo del ejercicio anterior. El dato de unidades vendidas muestra un descenso interanual aún más acusado, llegando a un -10,65%.

Previsiones de AECOC para 2022

El Comité de Bienes Tecnológicos de Consumo (BTC) de AECOC prevé un crecimiento plano del sector en 2022. El pasado 2021 se cerró con un aumento del 2,9% en la facturación, según GFK. Una cifra que sigue en línea con el aumento del 6,4% que el sector ya experimentó en 2020 y que demuestra el buen comportamiento de los BTC durante la pandemia.

Jornadas de trabajo de CENOR

Cenor celebró, la mediados de febrero, sus tradicionales jornadas de preparación del año en Asturias. Para dicha ocasión se reunió todo el equipo de la compañía, así como los socios y proveedores de las principales marcas. El encuentro sirvió para plantear y fijar una estrategia conjunta para este 2022, año en que la enseña celebra su 30 aniversario.

Nuevas lavadoras Fagor

Fagor Electrodoméstico ha presentado los nuevos modelos de lavadora de carga superior, 4FET-7513 y 4FET-7012, ambos con dimensiones de 87,5 cm de alto por 40 cm de ancho y 61 cm de fondo. Además de por su tamaño y ergonomía, destacan por las prestaciones y tecnología de sus «hermanas mayores».

Vinotecas Taurus

Taurus incorpora nuevos modelos de vinotecas Chanson. Destaca Chanson 24, una vinoteca para 24 botellas, con temperatura regulable de 5 a 18° C y cinco estantes. Asimismo, toda la familia Chanson añade un sistema de anti vibraciones y puerta de doble cristal totalmente en negro.

Tarifa de precios Daikin 2022

Vigente desde el 1 de abril, el nuevo catálogo de tarifas de Daikin amplía la gama de productos con refrigerante R-32, incluye nuevos purificadores de aire y lleva su programa de economía circular «Loop by Daikin» hasta el segmento de enfriadoras. Además, en este catálogo también se incluyen todas las soluciones de Servicio y Mantenimiento de la firma.

Nuevo responsable de Haier Clima

Haier Climatización y Confort anuncia el nombramiento de su nuevo Country Manager para España, Fidel Espiñeira. Este ascenso llega tras un 2021 cargado de éxitos para la compañía, ya que ha crecido, se ha expandido y ha aumentado su presencia en el mercado nacional. La firma espera seguir generando networking, formación y nuevas oportunidades.

Las “Buenas Prácticas” de BSH España

BSH España participa en los Premios Europeos a las Buenas Prácticas de la Agencia Europea para la Seguridad y Salud en el Trabajo, por su Plan sobre trastornos músculo-esquelético. En total, optan al premio 39 empresas de diferentes países en dos categorías. BSH España, compete en la categoría de gran empresa.

Novedades de Russell Hobbs

Durante los próximos meses, Spectrum Brands lanzará al mercado las novedades de Russell Hobbs. Entre ellas, destaca la colección Attentiv, compuesta por una cafetera de acero cepillado, un hervidor y una tostadora. También, la vaporera compacta Kitchen Collection, con tres niveles, para tres platos a la vez.

Las ventas de móviles plegables

Según IDC, las ventas mundiales de smartphones plegables, tanto en formato «flip» como en formato «fold», alcanzaron los 7,1 millones de unidades en 2021. Una cifra que representa el 0,5% de las ventas totales de smartphones y que suponen un aumento del 264,3% con respecto a 2020. Para 2025, se espera que se vendan 27,6 millones de unidades.

Climatización sostenible para el mercado residencial doméstico

El informe anual 2021 del mercado de la climatización (HVAC), elaborado por la Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización (AFEC), registra un crecimiento de mercado del 12% en el conjunto del sector y del 13,78% en el caso del segmento residencial/doméstico.



■ El pasado mes de febrero, la Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización (AFEC) hizo público su informe anual 2021 del mercado de la climatización (HVAC). El estudio confirma que el año pasado se registró un crecimiento de mercado del 12%; un porcentaje que devolvió al sector a los niveles de 2019, año en que se alcanzó una facturación de más de 1.200 millones de euros (un 4% más que en 2018).

En opinión de la AFEC, "este crecimiento compensa la caída de 2020, ejercicio que, a pesar de las dificultades e incertidumbres surgidas a raíz de la pandemia, presentó un comportamiento más positivo de lo que se había

previsto inicialmente". Concretamente, la facturación de 2020 cayó un -6% frente a la de 2019.

Informe anual 2021 del mercado de la climatización (HVAC)

En su informe, la Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización habla sobre las políticas de descarbonización impulsadas por la Unión Europea y la Administración Pública regional y estatal. Dichas políticas, basadas en subvenciones que faciliten y agilicen la recuperación del sector, tienen ambiciosos objetivos de eficiencia energética, uso de renovables y reducción de emisiones.

Para lograr una transición hacia una climatización más limpia, la UE y las Administraciones contemplan soluciones como la bomba de calor y la regulación y control del sector. Exponemos a continuación los datos más destacados del estudio, centrándonos especialmente en el segmento de las soluciones de climatización sostenible para el mercado residencial doméstico:

Climatización, bombas de calor y producción de ACS

En 2021, el sector residencial/doméstico comercializó 895.443 unidades por un valor de 595,73 millones de euros. Estas cifras suponen un aumento en el volumen de negocio del 13,78% con respecto a 2020. La AFEC destaca, además, que la evolución de ventas de bombas de calor aerotérmicas (aire-agua, incluidas las de producción de agua caliente sanitaria, ACS) sigue siendo muy positiva. En 2021, los equipos aire-agua pasaron de representar el 13,7% en valor en 2020, a tener un peso del 16,0% sobre el total facturado por el mercado de maquinaria para climatización.

Mercado total

Si al segmento residencial/doméstico le sumamos el comercial y el terciario/industrial obtenemos el mercado total. Recuperamos nuevamente la información de la AFEC para retratar el conjunto del sector a través del valor total del mercado de equipos de climatización. En 2021 fue de 1.268,13 millones de euros, un 12,05% más que en 2020.

Los equipos de climatización, bombas de calor y producción de ACS representaron el 78% del mercado total, alcanzando los 990,85 millones de euros en 2021 (un 12,91% más que en 2020). Los UTAs + UV con recuperación de calor, por su parte, fueron un 6,4% del mercado, 81,47 M€ en 2021 (+3,33% respecto a 2020). La categoría distribución y

difusión de aire, el 4,3% del total, sumó 54,07 M€ (+13,32% más que el año anterior). Ventilación residencial, un discreto 1,7% del total del mercado HVAC, registró 21,27 M€ (+4,34% respecto a 2020). Y, finalmente, los ventiladores, el 9,5% del mercado, sumaron 120,47 M€ en 2021 (+12,31% respecto a 2020).

Retos de futuro

Antes de dar por finalizado su informe, la Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización habló sobre algunos de los retos que deberá afrontar el sector en un futuro próximo. Entre estos destacan la necesidad de seguir aumentando la eficiencia energética de los equipos y la investigación en el campo de los refrigerantes, cada vez más específicos en su aplicación, de mayor rendimiento, eco-eficientes, seguros y fáciles de usar. El reto es, en palabras de la AFEC, “identificar el refrigerante que presente el Potencial de Calentamiento Atmosférico (PCA) más bajo. De esta forma se podrán minimizar las emisiones directas de CO₂, mejorar sus características de seguridad (inflamabilidad, presión, toxicidad) y aumentar su eficiencia; reduciendo así los costes operativos y las emisiones indirectas.

Según el Plan Nacional Integrado de Energía y Clima (PNIEC) elaborado por la propia AFEC, “los combustibles fósiles parecen abocados a ser sustituidos por soluciones cuyo impacto medio ambiental es mucho menor. En este sentido, se exigen y se ofrecen soluciones cada vez más eficientes, sostenibles y respetuosas con el medio ambiente. La hibridación de tecnologías será más habitual en el diseño de los proyectos y de los equipos”.

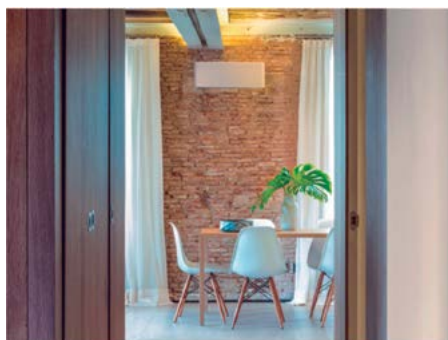
En las próximas páginas recogemos una serie de soluciones de climatización sostenibles para el hogar de la mano de destacadas compañías del sector.

Daikin

Daikin, experto en soluciones de aire acondicionado y aeroterminia, asegura que, para avanzar hacia un mundo más sostenible, es imprescindible cambiar nuestra manera de climatizar. Según la misma compañía, el 75% del parque de edificios de la UE es energéticamente ineficiente, ya que muchas casas se calientan con sistemas obsoletos que utilizan combustibles fósiles contaminantes como el carbón y el petróleo. Las bombas de calor para calefacción, aire acondicionado y agua caliente sanitaria se presentan como una solución para alcanzar los objetivos de descarbonización y conseguir un continente ambientalmente neutro para 2050.



Daikin Altherma 3



Daikin Stylish Split Bomba de Calor

En opinión de Daikin, los usuarios deberían ser conscientes de que, adquiriendo una solución sostenible, contribuyen a lograr el objetivo de duplicar la tasa de renovación del 1% para el año 2030. Otra cuestión a tener en cuenta es que este tipo de climatizadores ayudan a reducir la factura energética, ya que con un solo kW hora se pueden captar entre tres y cinco kW del exterior.

¿Al alcance de cualquier bolsillo?

Si bien es cierto que las soluciones de climatización más avanzadas requieren un primer desembolso importante, desde Daikin aseguran que, a largo plazo, los equipos sostenibles son muy rentables para el usuario. Las soluciones de Daikin, por ejemplo, cuentan con un estándar energético A+++; que constituye un ahorro de hasta un 70% en la factura de la luz. En este sentido, la compañía destaca los equipos que trabajan la aeroterminia, extrayendo energía gratuita del aire exterior para calentar o enfriar el hogar; una técnica que supone un gran ahorro y permite cuidar del planeta.

Las soluciones de climatización sostenibles de Daikin

Daikin Altherma 3 ofrece aire acondicionado, calefacción y agua caliente con una máxima eficiencia estacional A+++. **Daikin Stylish Split Bomba de Calor** es una solución de climatización para cualquier espacio interior que une diseño y tecnología. Finalmente, **Daikin Perfera Split Bomba de Calor** cuenta con tecnología Flash Streamer: la unidad FTXM-R combina aire acondicionado con la función de purificación de aire, mientras la unidad Perfera está equipada con varios filtros para proporcionar la mejor calidad de aire interior. Además, Daikin Perfera Split Bomba de Calor dispone de un sensor inteligente de doble función que activa el modo ahorro de energía cuando no detecta a nadie en la estancia y vuelve a su modo anterior cuando alguien entra. Todas las soluciones mencionadas previamente cuentan, además, con una App para controlarlas en cualquier momento y lugar y disponen de refrigerante R-32, que ofrece una mejor eficiencia y un menor impacto medioambiental.



Daikin Perfera Split Bomba de Calor

Haier

La mayor concienciación medioambiental ha convertido la sostenibilidad en un requisito clave para los consumidores. Para ayudarles en su decisión de compra, los distribuidores e instaladores aportan detalles sobre los productos de las diferentes marcas. Según Haier, destacado fabricante de electrodomésticos a nivel mundial, antes de adquirir una solución de climatización doméstica sostenible es clave “tener en cuenta el uso real que se le va a dar y cuál es la mejor opción en función de las características del hogar”.



Actualmente existe un amplio abanico de soluciones Haier, desde sistemas aire-aire hasta sistemas aire-agua; ambos con una gran eficiencia energética y un bajo impacto medioambiental. Y es que, a pesar de que la adquisición de soluciones de climatización sostenibles suele ser costosa, estas “se amortizan y acaban siendo altamente rentables”, asegura Haier. En este sentido, la compañía dispone de sistemas de aerotermia y splits inverter de eficiencia energética A+++ que impactan positivamente en el gasto mensual del hogar.



Soluciones de climatización sostenible para el mercado residencial doméstico

Haier presenta su nueva Aerotermia Split de bajas emisiones de CO₂, una solución destinada a hogares y pequeños comercios que cuenta con la última tecnología del mercado en bombas de calor. Aerotermia Split utiliza refrigerante R32, que es más respetuoso con el medio ambiente, más eficiente y permite que el sistema alcance temperaturas más altas (65°C) que los gases antiguos como el R410a.

El Super Aqua Split está disponible en varias potencias (4, 6, 8 y 10 kW) y durante este año 2022 se alcanzarán los 16 kW. Según el director de ventas de Haier Climatización y Confort, Fidel Espiñeira, se trata de “una solución de alta eficiencia energética orientada a proporcionar agua caliente para la calefacción y ACS del hogar”. El propio Espiñeira explica que “el sistema dividido de bomba de calor utiliza energía del aire exterior para ayudar a calentar el agua de forma eficiente y respetuosa con el medio ambiente”. Super Aqua Split destaca también por su bajo nivel de ruido (solo 52 dB), su modo de suspensión y las diferentes curvas de calefacción que garantizarán una temperatura del agua óptima en función de la temperatura exterior. La nueva gama de aerotermia split se une a la familia monobloque, que ofrecen soluciones 5, 8, 11 y 16 kW; una solución fácil de instalar que no necesita manipular ningún tipo de refrigerante ni requiere acreditación FGAS.

En cuanto a desarrollos futuros, Haier está trabajando en la solución de aerotermia todo en uno; completando la familia con una tecnología que incluirá el tanque de agua en el cuerpo del intercambiador de calor. El resultado será un sistema compacto e integrado, perfecto para encajar en cualquier hogar o pequeño comercio.





Eas Electric es consciente, no solo de la creciente demanda de soluciones sostenibles por parte de los consumidores, sino también de la necesidad de preservar el medio ambiente. En este sentido, la compañía apuesta por productos de calidad con una gran durabilidad, así como por la reducción a cero de las emisiones de CO₂ con el uso del refrigerante R32 y por la eficiencia, fabricando soluciones que reduzcan el consumo energético. Asimismo, Eas Electric ha lanzado productos que tienen como única fuente las energías renovables, como los calentadores compactos de agua caliente sanitaria o la nueva gama de solar fotovoltaica para el autoconsumo y la producción de energía 100% limpia. Algunas de estas soluciones, como la aerotermia, pueden cubrir varias necesidades en un solo equipo. En este caso, climatización o calefacción a través de radiadores o suelo radiante y agua caliente sanitaria; lo que la hace más rentable reduciendo los costes por la adquisición de equipos. Detallamos a continuación algunas de las propuestas de Eas Electric en climatización sostenible para el mercado residencial doméstico:

Serie Majestic de Split de aire acondicionado

Cuenta con la mayor clase energética (A+++), está disponible en 2.300 y 3.000 Frigorías, tiene conexión Wi-Fi y permite controlar hasta 97 parámetros gracias a una función de diagnóstico inteligente para facilitar las tareas de mantenimiento y garantizar la durabilidad del producto. Igualmente interesante es la función de autolimpieza y el revestimiento dorado anticorrosivo de los intercambiadores de calor de las unidades exteriores. Para garantizar el confort, la Serie Majestic incluye flujo del aire en 3D, modo Sleep y la función Follow Me, además de memoria de posición de la lama y reinicio automático. Majestic viene equipada con un liberador de iones negativos y positivos que acaba con las partículas que contiene el aire; así como filtros HEPA antibacterias con tres capas para atrapar el polvo, que permiten acabar con más del 95% de las bacterias. Finalmente, cabe destacar los sistemas de seguridad, como el control eléctrico a prueba de incendios y el detector de fugas de refrigerante.

Serie M-Thermal 2 de aerotermia

Es la gran apuesta de Eas Electric para resolver las necesidades de climatización y agua caliente sanitaria con un reducido consumo eléctrico. Con refrigerante R32, M-Thermal 2 funciona calentando o refrigerando agua para cubrir todas las necesidades térmicas de una vivienda con una eficiencia energética A+++.

M-Thermal 2 refrigera y da calor a todas las estancias conectadas a unidades interiores como fan coils, radiadores o suelos radiantes y, al mismo tiempo, se encarga de calentar el agua sanitaria. M-Thermal 2 está compuesta por unidades monoblock que van desde los 8 hasta los 26 kW y modelos biblock en los que se separa la unidad exterior del kit hidráulico, con modelos desde 4 hasta 16 kW. Su principal ventaja es que incorpora conexión Wi-Fi para controlar todos los parámetros del equipo desde cualquier dispositivo móvil o tablet.

BOSCH

El usuario es cada vez más consciente de los productos que compra. En los últimos años, Bosch ha observado un mayor interés en las soluciones que ofrecen ahorro energético y bajo impacto medioambiental. “Nuestro objetivo sigue siendo proporcionar equipos energéticamente eficientes que hagan más fácil la vida de nuestros clientes, garantizando un alto rendimiento con la tecnología más innovadora” aseguran desde la compañía.

A la hora de apostar por un sistema de climatización, es imprescindible tener en cuenta las necesidades de confort y las características de cada hogar (número de habitantes, características del edificio, ubicación y clima, calidad de los aislamientos, tipo de energía empleada, precio, etc.). Solo así se podrá seleccionar la solución más adecuada y obtener los máximos niveles de ahorro y eficiencia, aprovechando al máximo los recursos para alcanzar un consumo óptimo.

Mono Split Climate 6000i

Bosch está comprometido con el fomento del uso eficiente de la energía en relación al respeto medioambiental. En este sentido, la compañía pone a disposición de sus clientes una gama de Aire Acondicionado Mono Split que ofrece diversas funciones para el aprovechamiento óptimo del equipo y el consecuente ahorro de energía.

Dentro de la gama Climate de Bosch destaca el nuevo aire acondicionado **Mono Split Climate 6000i**, con una avanzada tecnología de filtrado integrada que garantiza un aire limpio y fresco en todo momento. Esta solución ofrece altos valores de eficiencia (A+++ en modo frío y hasta A++ en modo calor) aumentando el confort y reduciendo los costes de energía de forma simultánea.

Además, este modelo **Mono Split Climate 6000i** cuenta con conectividad Wi-Fi para poder ser controlado mediante la aplicación HomeCom Easy desde cualquier lugar. Gracias a su control de humedad, es posible disfrutar de la temperatura adecuada y regular la humedad de la habitación. Asimismo, este aire acondicionado lleva incorporado un sensor de presencia que ayuda a ahorrar energía detectando la presencia o ausencia de personas en la habitación y ajustando la potencia del aire en consecuencia. Esto garantiza un uso óptimo de la energía.

Desde la compañía afirman: “en Bosch trabajamos continuamente por ofrecer productos eficientes que permitan un ahorro energético en el hogar. Este ahorro energético siempre va ligado a un ahorro económico en el bolsillo de los hogares”.

La **división de Bosch Termotecnia** cuenta con una amplia gama de soluciones para llevar el agua caliente sanitaria al hogar, como calentadores estancos o calentadores atmosféricos de Bajo NOx y termos eléctricos o descalcificadores de agua. Asimismo, cuenta con equipos para llevar el máximo confort a la vivienda en calefacción, gracias a sus emisores térmicos y también para climatización con equipos de aire acondicionado mono split y multi split.



Aire Acondicionado Climate 6000i


Mitsubishi Electric / www.es.mitsubishielectric.com

La serie MSZ-LN Kirigamine Style de Mitsubishi Electric cuenta con una clasificación energética A+++ tanto en frío como en calor. Además, dispone de la tecnología exclusiva de filtrado Plasma Quad, capaz de inhibir el 99,8% del SARS-CoV-2; neutralizar el 99% de bacterias, virus y moho; eliminar el 98% de elementos alérgenos; capturar el 99,7% de ácaros y polvo y el 99% de las partículas de menos de 2,5 micras en suspensión. Plasma Quad de Mitsubishi Electric es la única tecnología avalada por la Sociedad de Alergología e Inmunología Clínica (SEaic). Cabe destacar que MSZ-LN Kirigamine Style ajusta su funcionamiento al modo ahorro en caso de que se abandone la habitación gracias a su tecnología 3D I-see Sensor, que mide la temperatura en 3D para redirigir el aire hacia donde detecta desequilibrios y memoriza zonas críticas para ajustar automáticamente el flujo de aire. Además, su sistema MELCloud ofrece conexión WiFi para controlar el aire acondicionado desde cualquier dispositivo. MSZ-LN Kirigamine Style funciona con el gas refrigerante R32, más respetuoso con el medio ambiente y más eficiente.

Tesy / www.tesy.es

Desde los organismos e instituciones se están impulsando las energías renovables y tecnologías eficientes para la climatización del hogar, comunidades y edificios públicos. Así lo explica Tesy, fabricante de equipos para la producción de agua caliente sanitaria. Entre las soluciones de climatización sostenible destacan la aerotermia o la solar térmica, que presentan un menor consumo energético y pueden beneficiarse de las subvenciones y ayudas a las reformas energéticas en viviendas ofrecidas por parte de la Administración. Entre la oferta de Tesy estaca la serie AquaThermica, compuesta por bombas de calor de aerotermia para la producción de agua caliente sanitaria. Dicha serie garantiza un ahorro del 75% de electricidad en comparación con otros equipos y tiene un COP estacional superior a 2,5. AquaThermica está disponible para instalación en suelo con capacidad de 200 y 260 litros, con o sin intercambiador de calor incorporado. Próximamente Tesy ampliará su gama con nuevos modelos para instalación de mural, con 80, 100 y 150 litros de capacidad.


Lumelco / www.lumelco.es

Lumelco, compañía española de climatización, calefacción y energías renovables, cuenta con una amplia gama doméstica de soluciones de climatización sostenible. Estas incluyen equipos 1x1 split pared, split suelo, equipos multis para ahorrar espacio utilizando una sola unidad exterior para climatizar hasta seis habitaciones, etc. Lumelco ofrece también equipos de aerotermia multitarea para refrigeración, calefacción y agua caliente sanitaria. Todos ellos disponen del refrigerante ecológico R32 y están disponibles en un amplio rango de potencias (desde 1,5kW hasta 8,0kW). Para la compañía, es fundamental que el equipo tenga una eficiencia estacional alta; un concepto que va más allá de la etiqueta (A+++), abarcando también el coeficiente. Las soluciones de Lumelco alcanzan un coeficiente de eficiencia estacional en frío del 10,3, lo que supone un importante ahorro energético en términos de consumo. Se trata, en definitiva, de equipos de aerotermia que utilizan una fuente renovable y gratuita como es el aire, y que aportan energía sin coste produciendo una energía térmica mayor.



Samsung / www.samsung.com

A principios de 2022, Samsung hizo pública su intención de incluir en su oferta actual varias innovaciones que ofrezcan funciones más ecológicas. Entre estas destaca la tecnología ClimateHub, una solución integrada de Samsung para calefacción, refrigeración y agua caliente sanitaria con un consumo de energía realmente competitivo. ClimateHub está construida en torno a un Hidro kit con depósito compacto integrado.

Igualmente interesante es WindFree Pure 1.0, un climatizador de montaje en pared equipado con un filtro PM 1.0 que funciona como purificador de aire, complementado por la tecnología de climatización WindFree, la funcionalidad Freeze Wash y opciones de control inteligente. Además, el próximo mes de abril saldrá a la luz la nueva gama DVM S2, la sexta generación del sistema Multi Variable Digital de Samsung, y la nueva generación de su plataforma DVM S, entre otros. Ambos ofrecen la mejor eficiencia energética estacional, innovaciones en IA y capacidades de control para optimizar las condiciones de climatización.

Eurofred / www.eurofred.com

Marta Tomás, directora de energías renovables en Eurofred, reflexiona sobre la importancia de apostar por soluciones de climatización sostenible para el mercado residencial doméstico. En su opinión, "el mercado, empujado por la creciente concienciación de la ciudadanía y por unas normativas cada vez más estrictas, avanza hacia sistemas ecológicos y eficientes". Como respuesta a esta nueva demanda, han surgido dos alternativas interesantes dentro del segmento de climatización sostenible. Se trata, según Marta Tomás, de los gases refrigerantes ecológicos y las energías renovables.



En este sentido, el catálogo de Eurofred incluye una amplia oferta de soluciones basadas en la aerotermia, una energía respetuosa con el medioambiente capaz de generar frío en verano, calor en invierno y agua caliente sanitaria todo el año aprovechando la energía almacenada en el aire en forma de calor. En palabras de Tomás: "la tecnología basada en aerotermia, comparada con el gas natural o el gasóleo, permite ahorrar entre un 25% y un 50%". A efectos prácticos, una familia con una casa de 100 m² podría ahorrar entre 100 y 500 euros al año.

Igualmente interesantes son los productos que utilizan gas natural R32, un refrigerante que requiere un 30% menos de carga que sus predecesores y, al ser ecológico, está gravado con menos impuestos. Además, la compañía ha creado una división especializada en energías renovables que ofrece un servicio integral de asesoramiento y acompañamiento durante todo el proyecto.

La apuesta de Eurofred por las energías renovables y las soluciones ecoeficientes se materializa en su catálogo de productos. Un ejemplo de ello es la gama Split Agio, la última propuesta de Daitsu distribuida por Eurofred. Se trata de un split de pared que dispone de un innovador sistema de purificación de aire con tres filtros capaces de retener polvo, olores, bacterias y virus. Además, Split Agio cuenta con la función Cold Plasma, que descompone los elementos patógenos por medio de descargas eléctricas en las moléculas del ambiente. Este split de Daitsu utiliza el gas refrigerante R32 y, además, los modelos ASD 9K-DG y ASD 12K-DG de la gama Agio cuentan con una clase energética frigorífica y calorífica A+++/A+++.

La apuesta de los **smartphones:** 5G y sistemas fotográficos de alto rendimiento

En 2021, las ventas globales de smartphones crecieron un 5,7% en comparación con el año anterior, alcanzando los 1.350 millones de unidades vendidas, según datos del Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker de International Data Corporation (IDC).



Samsung Galaxy Z Flip 3 5G, el plegable más vendido del mercado.

■ A pesar de que en la segunda mitad del año pasado las ventas de smartphones disminuyeron, los resultados finales fueron positivos. De hecho, así lo expresó Ryan Reith, vicepresidente de grupo de Worldwide Mobile Device Trackers de IDC: “No hay duda de que la demanda sigue siendo fuerte en muchos mercados. Sobre todo, a medida que vemos un creciente interés de los consumidores por el 5G y por nuevos modelos como los plegables”. En este sentido, cabe señalar que las ventas mundiales de smartphones

plegables, tanto en formato “flip” como en formato “fold”, alcanzaron los 7,1 millones de unidades en 2021. Un crecimiento que se atribuye a los nuevos buques insignia plegables de Samsung. Especialmente al modelo Flip3, que fue un éxito gracias a su tamaño plegable compacto, una segunda pantalla más grande y un precio que, a pesar de ser elevado, se encontraba por debajo de la media de los smartphones plegables.

El mercado de smartphones en 2021

Antes de sumergirnos en las actuales tendencias del mercado de telefonía móvil, haremos un breve repaso de los resultados finales que dicho mercado experimentó en 2021, año en que Samsung fue líder indiscutible en ventas globales. La firma cerró el año con 271,5 millones de unidades de smartphones vendidas, una cifra que representa un crecimiento del 5,9% respecto a 2020.

Mercado mundial de telefonía móvil. 4º Trimestre 2020 / 2021

	4º Trim. 2021 Ventas unidades	4º Trim. 2021 Cuota mercado	4º Trim. 2020 Ventas unidades	4º Trim. 2020 Cuota mercado	Variación anual
Apple	84,9	23,4%	87,5	23,4%	-2,9%
Samsung	68,9	19,0%	63,7	17,0%	8,1%
Xiaomi	45,0	12,4%	43,3	11,6%	3,9%
OPPO	30,1	8,3%	33,8	9,0%	-11,1%
Vivo	28,3	7,8%	31,8	8,5%	-10,9%
Otros	105,2	29,0%	114,2	30,5%	-7,8%
TOTAL	362,4	100,0%	374,3	100,0%	-3,2%

Fuente: IDC Quarterly Mobile Phone Tracker.

Apple, por su parte, fue la segunda empresa con mayor número de unidades vendidas. En concreto, logró 236,3 millones de ventas de teléfonos inteligentes, un 15,6% más que en 2020. A esta le siguieron Xiaomi, Vivo y Oppo, las cuales aumentaron sus ventas en más del 20% cada una: Xiaomi vendió 190,2 millones de unidades en 2021; Vivo alcanzó los 134,2 millones de ventas; y Oppo logró vender 134,1 millones de unidades.

Sin embargo, en términos porcentuales, Realme fue la compañía con mayor crecimiento. De hecho, sus unidades vendidas aumentaron en un 48,6%. No obstante, no es la única compañía que experimentó un gran crecimiento. En este sentido, Motorola aumentó sus ventas de unidades de teléfonos inteligentes en un 44,2%.

Finalmente, Honor ocupó el octavo lugar en la lista anual de ventas gracias a sus 39,8 millones de unidades vendidas; mientras que Huawei sufrió una caída de las unidades vendidas del 81,6%.

Principales tendencias en smartphones

Con los recientes lanzamientos y presentaciones de smartphones de última generación se observa una clara apuesta por la calidad de la imagen y los sistemas fotográficos, así como por la conectividad 5G. De hecho, ambas tendencias estuvieron muy presentes durante

la celebración del Mobile World Congress 2022 de Barcelona, donde se presentaron numerosos teléfonos inteligentes equipados con innovadoras tecnologías.

Con relación a la conectividad 5G, esta es la respuesta a la actual demanda de velocidad e inmediatez entre los consumidores. En este sentido, todos los dispositivos móviles considerados "buque insignia" de las diferentes compañías están equipados con

velocidades ultrarrápidas capaces de proporcionar descargas inmediatas, navegación ininterrumpida y conexiones de alto rendimiento. Una característica que convierte los smartphones en herramientas útiles y eficientes para cualquier tarea o servicio en cualquier lugar y momento.



Nuevo Oppo Find X5 con Hasselblad Camera for Mobile.

Por otra parte, un aspecto por el que están apostando todas las firmas en sus modelos de última generación es una configuración de cámara que ofrezca calidad de nivel profesional. Ejemplo de ello es la recién asociación de Oppo y OnePlus con el fabricante de cámaras Hasselblad. Una alianza cuyo objetivo es desarrollar tecnologías de cámara líderes en la industria telefónica poniendo el foco en los avances relacionados con el tratamiento del color y que se presenta bajo el nombre "Hasselblad Camera for Mobile".

**Samsung** / www.samsung.com/es

El Galaxy S22 es el modelo estándar de la nueva serie de smartphones de Samsung. Se caracteriza por introducir cámaras dinámicas con un avanzado procesamiento inteligente de imágenes que ofrece una experiencia de cámara sin precedentes. Por ello, cuenta con nuevas y revolucionarias funciones de Nightography, que permiten entrar más luz, capturando detalles, incluso en la oscuridad. A su vez, dispone de una potente lente principal de 50 MP, un teleobjetivo de 10 MP y un objetivo ultra gran angular de 12 MP. También incorpora el primer procesador de 4 nm en un smartphone. Además, su pantalla Dynamic AMOLED 2X de 6,1" posee la tecnología inteligente Vision Booster. Todo ello, mientras prioriza la durabilidad y resistencia gracias al Armor Aluminium y al nuevo cristal Corning Gorilla Victus + con que está fabricado.

**OPPO** / www.oppo.com/es

Oppo Find X5 Pro es la gran apuesta de la nueva serie de smartphones de Oppo, compuesta por tres terminales. Se distingue por su diseño futurista con cerámica ultra resistente y una pantalla AMOLED curva ultra clara, con resolución WQHD+ y más de 1.000 millones de colores. Posee certificación IP68 resiste al agua y al polvo y destaca por las numerosas funcionalidades de su sistema fotográfico, como el vídeo nocturno 4K, impulsado por MariSilicon X, y el software Hasselblad Camera for Mobile.

De esta manera, junto con las cámaras gran angular y ultra gran angular equipadas con los sensores Sony IMX766 de 50 MP y el primer sistema OIS de cinco ejes, este terminal cuenta con la mejor calidad de imagen de la industria en imágenes fijas y videos. Todo ello, bajo el excelente rendimiento del procesador Snapdragon 8 Gen 1 multinúcleo de última generación.

**Xiaomi** / www.mobile.mi.com/es

La nueva serie flagship de Xiaomi llega liderada por el terminal Xiaomi 12 Pro, cuyo objetivo es dotar a los usuarios de un estudio de vídeo de última generación y de un centro de entretenimiento único. Equipado con un conjunto de tres cámaras liderado por una lente gran angular de 50 MP, ofrece calidad profesional para grabaciones versátiles bajo las condiciones lumínicas que sean. Además, gracias al procesador Snapdragon 8 Gen 1 ofrece un rendimiento excepcional y una óptima eficiencia energética, mientras que el sistema de refrigeración que integra garantiza una productividad sin interrupciones. Finalmente, destaca la visualización vívida que proporciona a través de la pantalla AMOLED Dot DisplayMate de 6,73" con soporte TrueColor y 120 Hz, y el audio envolvente de calidad profesional que genera la prestación SOUND BY Harmon Kardon que incluye.



Honor / www.hihonor.com/es

El nuevo Honor Magic4 Pro, presentado durante el MWC22 junto con la Honor Magic4 Series, posee una pantalla AMOLED LTPO de curva cuádruple y 6,81", para experiencias de visualización completamente inmersivas con hasta 1.070 millones de colores. Todo ello combinado con la tecnología Honor MotionSync, capaz de ofrecer una tasa de refresco inteligente de 1 Hz a 120 Hz. Con la certificación IP68 contra el polvo y el agua, está impulsado por el nuevo y potente procesador Qualcomm Snapdragon 8 Gen 1 5G, para velocidades de procesamiento ultrarrápidas. También destaca su triple cámara trasera compuesta por un sensor panorámico de 50 MP, una cámara ultrapanorámica de 50 MP y un teleobjetivo de 64 MP. Finalmente, cuenta con un sistema de seguridad dual y una batería de 4.600 mAh con la tecnología SuperCharge más potente de la firma.



Poco / www.mobile.po.co/es

Capaz de ofrecer una experiencia diaria de nivel insignia y a un precio asequible, el nuevo Poco X4 Pro 5G posee una gran pantalla AMOLED DotDisplay de 6,67" con resolución FHD+ para experiencias vivas y envolventes, así como una frecuencia de refresco de 120 Hz y una tasa de muestreo táctil de 360 Hz. También incorpora altavoces duales capaces de generar un sonido estéreo alto y claro. Además, su sistema fotográfico cuenta con un potente sensor principal de 108 MP con tecnología binning 9 en 1, una cámara ultra ancha de 8MP y una micro cámara de 2 MP. Todo ello complementado con características fotográficas avanzadas e impulsado por el potente procesador Snapdragon 695 5G y una CPU octa-core que aporta velocidades de hasta 2,2 Ghz y eficiencia del nivel de buque insignia con experiencias fluidas y dinámicas.



Apple / www.apple.com/es

De la combinación del rendimiento de iOS 15 con un diseño compacto y resistente, surge el nuevo iPhone SE de Apple. Se trata de un dispositivo con importantes mejoras con respecto a su predecesor, como el chip A15 Bionic ultrarrápido, la conectividad 5G y una mayor autonomía. Disponible en tres colores, cuenta con el tradicional diseño con botón de inicio Touch ID incorporado y una pantalla de 4,7". Gracias al Neural Engine de 16 núcleos integrado, realiza 15,8 billones de operaciones por segundo, mejorando el aprendizaje automático y ofreciendo prestaciones como el Texto en Vivo en la app Cámara o el dictado. Asimismo, el sistema operativo iOS 15 permite disfrutar de experiencias compartidas con la prestación SharePlay, mientras que el chip A15 Bionic impulsa un innovador sistema de cámaras con increíbles características de fotografía computacional.



OnePlus / www.oneplus.com/es

OnePlus ha tenido un buen comienzo de año gracias al lanzamiento del OnePlus 10 Pro 4G en China, que llega a España a finales de marzo, aunque ya estuvo presente en el MWC22. Disponible en las tonalidades Negro Volcánico y Bosque Esmeralda, cuenta con una configuración de triple cámara trasera firmada por Hasselblad. Esta se compone de un sensor principal de 48 MP, una lente gran angular de 50 MP y un teleobjetivo de 8 MP. Asimismo, se completa con una cámara frontal de 32 MP. También destaca la pantalla AMOLED de 6,7" con 120 Hz que incorpora, así como su gran batería de 5.000 mAh. Todo ello impulsado por el procesador Snapdragon 6 Gen 1, capaz de proporcionarle un rendimiento extraordinario.



Redmagic / www.eu.redmagic.gg/es

El nuevo Redmagic 7, disponible en tres modelos (Supernova, Pulsar y Obsidian), fue creado para los usuarios que disfrutan de largas sesiones de juego desde su smartphone. Incorpora prestaciones como el último Snapdragon 8 Gen 1, una batería de doble celda de 4.500 mAh y una pantalla con frecuencia de actualización de 165 Hz (la más alta del mercado) y una impresionante multi-frecuencia de muestreo del toque del dedo de 720 Hz. Todo ello acompañado de un sistema de enfriamiento multidimensional ICE 8.0 y un turboventilador incorporado, que evitan el sobrecalentamiento y garantizan un rendimiento constante. Sin embargo, su mayor característica es la capacidad de simular una consola a la perfección.



Huawei / www.consumer.huawei.com/es

Huawei se estrena el campo de los plegables tipo concha con el modelo P50 Pocket. Este terminal dispone de una pantalla interna OLED plegable de 6,9" con resolución Full HD+, una tasa de refresco de 120 Hz y 300 Hz de muestreo táctil. Por su lado, la pantalla externa, destinada a las notificaciones y a la interacción con el dispositivo sin necesidad de abrirlo, cuenta con 1,04", 60 Hz de tasa de refresco y 120 Hz de muestreo táctil. Impulsado por un procesador Snapdragon 888 4G, 12 GB de RAM y 512 GB de memoria interna garantiza tanto rendimiento como productividad. También destaca su triple cámara trasera con un sensor principal de 40 MP, un gran angular de 13 Mp y una lente hiperespectral de 32 MP.



Motorola / www.motorola.es

El modelo moto g71 5G se caracteriza por democratizar las características de gama alta de los teléfonos inteligentes. En este sentido, posee una pantalla Max Vision OLED de 6,4 pulgadas con un rango de colores un 25% más amplio. Además, está impulsado por un potente procesador Qualcomm Snapdragon 695 5G, capaz de ofrecer un excelente rendimiento y una eficaz productividad. Cuenta con un sistema de triple cámara trasera de 50 MP con tecnología Quad Pixel. Asimismo, destacan sus 128 GB de almacenamiento y la batería de 5.000 mAh compatible con carga rápida con TurboPower que integra.



TCL / www.tcl.com/es

TCL 30 5G es el terminal más avanzado de la nueva serie TCL 30, presentada durante el MWC22. Destaca por la conectividad y el rendimiento ultrarrápidos, tanto en la transmisión de contenidos como en la navegación. Con un diseño fino, elegante y resistente, cuenta con una pantalla FHD+ AMOLED de 6,7" con tecnología de visualización NXTVISION y certificación TÜV Rheinland, que reduce la luz azul en un 30%. Su batería de 5.010 mAh ofrece autonomía para más de 24 horas y la opción de carga inteligente de IA reduce su deterioro. Finalmente, destaca el sistema de triple cámara IA de 50 MP que incorpora, así como el sensor frontal ultra ancho y el modo Steady Snap, capaz de capturar imágenes de personas en movimiento.



SPC / www.spc.es

El smartphone con mayores prestaciones de la gama Smart de SPC es el nuevo Smart Ultimate, un modelo Full Screen con pantalla IPS de 6,1", resolución HS+ y más de 16,7 millones de colores. Destaca su batería de polímero de litio de 3.000 mAh, así como el procesador de cuatro núcleos a 2 GHz que integra. También dispone de Android 11 y ranura para una tarjeta Micro SD apta para ampliar los 32 GB de memoria interna hasta los 256 GB. Asimismo, posee una sencilla cámara trasera de 13 MP y un sensor frontal de 8 MP con flash. Sin embargo, la característica más destacada es su asequible precio de venta.



Realme / www.realme.com/es

El modelo más avanzado de la nueva familia GT 2 de Realme es el GT 2 Pro. Se trata de un terminal impulsado por la plataforma Snapdragon 8 Gen 1 con 12 GB de RAM y 256 GB de capacidad de almacenamiento. Posee una pantalla de 6,7" Super Realista 2K con resolución WQHD+, frecuencia de actualización de 1 a 120 Hz y 1.400 nits. Equipado con una gran batería de 5.000 mAh con carga SuperDart de 65W, dispone de un sistema de triple cámara: lente principal SONY IMX 766 OIS de 50 MP, cámara ultra gran angular de 150° de 50 MP y un sensor microlente de aumento 40x. Integra conectividad 5G, Android 12 y cancelación de ruido de dos micrófonos.



ZTE / www.ztedevices.com/es

El dispositivo Blade v40 5G encabeza, sin duda alguna, la nueva familia Blade V40 de ZTE. Esto se debe a la conectividad 5G que ofrece, gracias a la super antena 5G 3.0 aplicada con un sistema de antena integrada de 360° y tecnología de señal de referencia de sonido. A esto, se le debe sumar el procesador 5G octa-core de 7 nm que incorpora y que permite disfrutar de la aceleración con redes triples 4G, 5G y Wi-Fi. De esta forma, logra un rendimiento más rápido, más estable y mucho más inteligente.

El **MWC22** de Barcelona recupera el esplendor previo a la pandemia

El Mobile World Congress 2022 de Barcelona contó con más de 61.000 asistentes presenciales de casi 200 países y cerca de 500.000 espectadores virtuales, según señaló la GSMA.

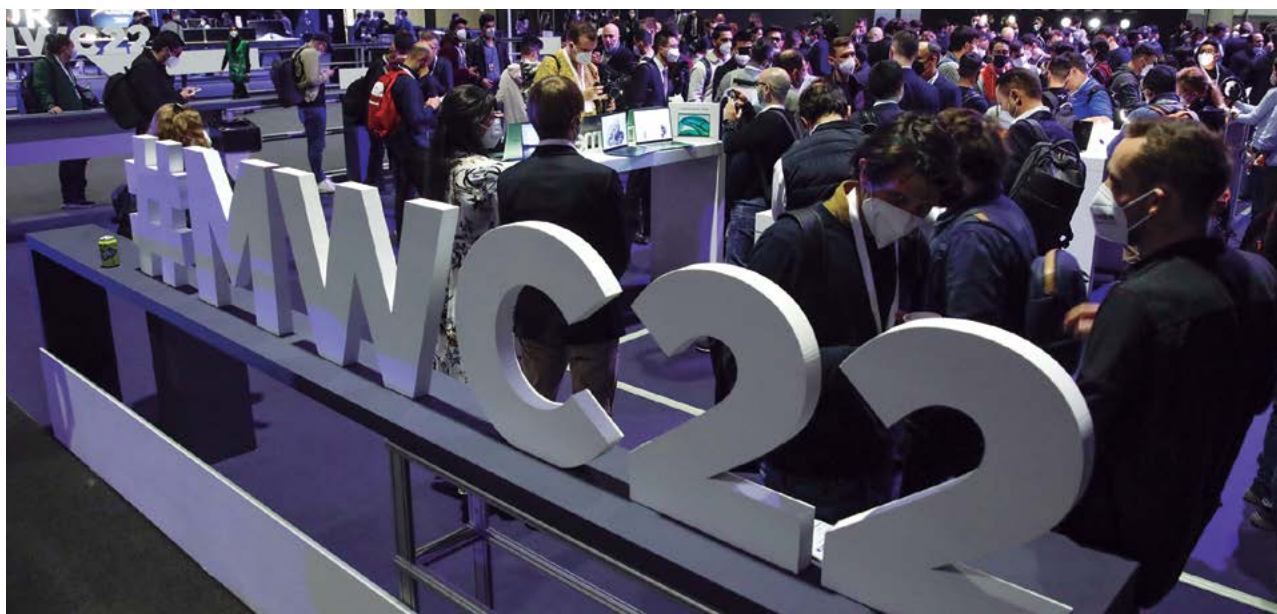
■ Durante los cuatro días de celebración, la Fira Barcelona Gran Via de L'Hospitalet de Llobregat fue un centro de encuentro y debate para discutir sobre la convergencia de los smartphones, el potencial del metaverso, el liderazgo de la Inteligencia Artificial y la transformación de las industrias verticales, entre otros temas. Asimismo, el evento sirvió como escenario para el lanzamiento de numerosos productos e innovadoras tecnologías

«Nada supera al MWC en persona. Por ello, fue emocionante reunir a nuestra comunidad, que es tan apasionada por la conectividad, para discutir las oportunidades que

se avecinan en el sector», declaró John Hoffman, director ejecutivo de la GSMA, organizadora de la cita.

El MWC22 en cifras

El salón internacional reunió a más de 1.900 expositores, patrocinadores y socios que mostraron y hablaron del papel de la tecnología móvil en pleno desarrollo de la conectividad. Principalmente, se exploró y profundizó en la conectividad 5G, un ámbito patrocinado por Salesforce, Advancing AI, Internet of Everything, CloudNet by Kyndryl, FinTech y Tech Horizon.



Más allá del éxito de asistencia y de las numerosas empresas que expusieron sus productos e ideas, el MWC22 contó con cerca de 500.000 espectadores virtuales y diarios únicos en su plataforma digital y en aquellas otras asociadas. Además, se ofrecieron más de 1.000 ponencias, el 97% de las cuales fue en formato presencial y el 36%, protagonizadas por mujeres.



Ponencia de Jessica Rosenworcel, presidenta de FCC.

Respecto a los asistentes, destaca que más del 50% eran directores y ejecutivos de C-Suite, mientras que el 20% eran directores ejecutivos y fundadores. A su vez, un 25% de los asistentes totales eran mujeres. Asimismo, el evento reunió a más de 1.600 periodistas internacionales para cubrir las novedades, lanzamientos e ideas presentadas durante el acontecimiento.

Finalmente, la cifra de startups emprendedoras que participaron en el programa 4FYN (Four Years from Now) también fue muy positiva. En concreto, se dio la bienvenida a más de 500 startups internacionales y más de 300 oradores para compartir ideas sobre cómo impulsar el ecosistema. Además, 200 nuevas empresas se presentaron a los fondos VC y CVC durante el evento para competir por más de 24.000 millones de euros de inversión.

Políticas digitales y novedades del evento

El MWC22 no solamente sirvió para plantear preguntas e inspirar sobre nuevas formas de aprovechar y aplicar la tecnología, también puso el Programa Ministerial sobre

políticas digitales en el centro del debate global. De hecho, encargados de formular políticas, reguladores, líderes de la industria y la comunidad de desarrollo internacional intercambiaron experiencias y puntos de vista sobre la creación de políticas digitales. A su vez, se puso hincapié en las diferentes formas de maximizar el potencial del 5G y cerrar la brecha digital, así como en el cumplimiento de los objetivos climáticos globales.

En este sentido, los participantes se mostraron de acuerdo en la necesidad de lograr más colaboración y cooperación entre todas las partes interesadas. De este modo, será más fácil y posible expandir la inclusión digital de forma general.

Además, en la edición de este año, el MWC presentó una novedad: Industry City. Este espacio sirvió para ofrecer demostraciones de los sectores FinTech, Manufactura y Automotriz. Así, los visitantes pudieron experimentar una gran variedad de avances sobre temas de robótica y movilidad inteligente, a través de recorridos metaversos interactivos, así como demostraciones de socios y el programa GSMA Foundry.



Ponencia de Pekka Lundmark, presidente y CEO de Nokia, sobre Net Zero.

Sin embargo, con el cierre de puertas del MWC22 Barcelona, no terminó la edición de este año. Entre el 29 de junio y el 1 de julio se celebrará el MWC Shangái, seguido del MWC de Las Vegas del 28 al 30 de septiembre. Finalmente, se celebrará el MWC África del 25 al 27 de octubre, que tendrá lugar en Kigali de manera presencial por primera vez desde 2019.

Unos 45.000 visitantes y 2.300 expositores se dieron cita en **CES 2022**

A primeros de enero de este año tuvo lugar en Las Vegas (EE.UU.), una nueva edición del Consumer Electronics Show (CES), la primera presencial en casi dos años por culpa de la pandemia. Las cifras finales de la feria demuestran la importancia de la cita, una de las más señaladas para el sector electro a nivel internacional.

■ Entre el 5 y el 8 de enero pasado, el CES cerró su edición de 2022 con más de 2.300 empresas expositoras y cerca de 45.000 asistentes físicos de 119 países. Entre las diferentes compañías que aprovecharon la ocasión para mostrar sus novedades, se encontraban 800 startups de 19 países. El taxi aéreo SkyDrive; la perfumería algorítmica EveryHuman de ScenTronix; y Orbisk, un sistema de monitoreo de desperdicio de alimentos totalmente automatizado impulsado por IA, fueron algunas de las propuestas presentadas por estas firmas emergentes.

A través de los 11 espacios interiores y exteriores que componían el recinto de la feria, los visitantes pudieron disfrutar de un avance de las innovaciones tecnológicas que se podrán ver durante los próximos meses. Gary Shapiro, presidente y director ejecutivo de Consumer Technology Association (CTA), organizadora de CES, declaró: "La innovación cobró vida en CES 2022, con tecnologías

El CES 2022, que recuperó la presencialidad tras casi dos años, acogió el lanzamiento de novedades en inteligencia artificial, tecnología automotriz, salud digital y hogar inteligente, entre otras

que remodelarán las industrias y brindarán soluciones a problemas mundiales urgentes, desde la atención médica hasta necesidades de la agricultura, sostenibilidad y más". Shapiro también destacó el buen clima que reinó durante la feria por el hecho de volver a reencontrarse la gente para poder hacer negocios cara a cara. "Todo ello, con productos que redefinirán nuestro futuro y cambiarán nuestro mundo para mejor"- añadió.



Por su parte, Karen Chupka, miembro de la organización del salón, resaltó también el impulso de CES 2022 a los negocios globales gracias a los contactos cara a cara producidos después de dos años.

Principales tendencias

Tecnologías transformadoras capaces de estimular los negocios y cambiar los mercados fueron las grandes protagonistas de CES 2022. Algunas de las principales marcas del sector, como Bosch, Canon, Hisense, HTC, LG Electronics, Nvidia, Samsung Electronics, Sony, Panasonic o Qualcomm, son las responsables de los innovadores productos que se presentaron.

Asimismo, durante el acontecimiento se pusieron de manifiesto tendencias clave como la tecnología para vehículos, que estuvo en el centro de la feria, gracias a las más de 190 compañías del sector del automóvil que acudieron, como MW, Hyundai, Indy Autonomous Challenge, Stellantis y VinFast, el primer fabricante de automóviles de Vietnam. También destacaron novedades enfocadas a la telemedicina. Se trataba en su mayoría de dispositivos de

salud conectados, así como de mejoras de las características y funcionalidades de salud disponibles en dispositivos portátiles. En resumen, soluciones que permiten a los consumidores tener un mejor control de su propia salud. Abbott, Essence y Baracoda Daily Healthtech, fueron algunas de las compañías más relevantes de esta categoría.

Sin embargo, la protagonista absoluta CES 2022 fue la Inteligencia Artificial. La posibilidad de convertir los productos y tecnologías en más eficientes y personalizables permitió avanzar a casi todas las industrias principales. Desde el sector de la agricultura hasta la atención médica, la automoción, la fabricación o el entretenimiento, todos se benefician de la cada vez más frecuente y actualizada IA. Algunas de las muestras más destacadas fueron el primer tractor completamente autónomo, de John Deere, y un robot con IA que prepara y cocina comidas personalizables, de Beyond Honeycomb. La muestra volverá del 5 al 8 de enero de 2023.

A continuación ofrecemos una muestra de algunas de las novedades de la pasada edición de CES para nuestro sector.



Samsung / www.samsung.com/es

En CES, Samsung avanzó sus pantallas Micro LED, equipadas con 25 millones de LEDs micrométricos que producen luz y color individualmente, creando una calidad de imagen espectacular. Disponibles en tres tamaños: 110, 101 y 89 pulgadas, las nuevas pantallas Micro LED admiten una profundidad de escala de grises de 20 bits. También ofrecen el 100% de la gama de colores DCI y Adobe RGB, que muestran colores reales. Junto con un diseño envolvente que es posible gracias a su relación pantalla-cuerpo del 99,99%. Además, los nuevos televisores

disponen del Modo Arte, que los convierte en cuadros; de la función Multi View para ver el contenido de cuatro fuentes diferentes simultáneamente hasta a 120 fps; y de Dolby Atmos, experiencia de audio envolvente de primer nivel con altavoces de la parte superior, lateral e inferior.

Hisense / www.hisense.es

En la feria, la multinacional china presentó su serie ULED 8K Mini-LED y la primera pantalla láser de resolución 8K del mundo. En 2022, Hisense implementa por primera vez su tecnología Mini LED en su nueva línea premium U9H, ofreciendo un impresionante rendimiento HDR con un mejor contraste, imágenes más brillantes y colores más impresionantes que nunca. El televisor Hisense 85U9H 8K recibió el premio CES 2022 Innovation Award Honoree. Hisense considera el televisor láser como la mejor opción de pantalla 8K para el hogar. El primer Laser TV 8K ofrece una profundidad y un detalle nunca vistos.



Panasonic / www.panasonic.com/es

La marca japonesa presentó su nuevo televisor OLED LZ2000, buque insignia para 2022, que estará disponible en 55, 65 y 77 pulgadas. Destaca por su precisión del color y su calibrado en Hollywood, lo que lo hace ideal para los amantes del cine. También incorpora mejoras pensadas especialmente para gamers como el Game Control Board, detección automática de GPU NVIDIA, mejoras de latencia para juegos de 60Hz y compatibilidad con HDMI2.1.



Sony / www.sony.es

Protagonista del stand de Sony fue la nueva consola PlayStation5, que lleva a los jugadores a mundos de juego con una velocidad, fidelidad visual e inmersión de sensores, sin precedentes. La PS5 está equipada con un SSD de velocidad ultrarrápida, E / S personalizadas integradas, tecnología Tempest 3D AudioTech y controlador inalámbrico DualSense con tecnología háptica van-

guardista y disparadores adaptativos. También se mostraron las cinco variaciones de color de las cubiertas de la consola inspiradas en la galaxia y el controlador inalámbrico DualSense.

LG / www.lg.com/es

A la nueva línea Lifestyle TV de LG, diseñada para encajar con el estilo de vida actual pertenece el modelo LG Objet TV (65Art90) caracterizado por su forma de lienzo, capaz de fusionarse con la decoración del hogar. Con solo pulsar un botón del mando a distancia, el televisor se adapta y convierte en el dispositivo que los usuarios necesiten. Además, cuenta con una cubierta de tela. Si esta se baja completamente, se revela toda la pantalla, mientras que si se mantiene una cobertura parcial, solo se pueden ver una serie de funcionalidades lifestyle. Destaca el modo Full View, que permite que el panel OLED evo de 65" y su procesador avanzado ofrezcan una experiencia viva y precisa; la calidad de imagen superior; el sistema de sonido de 80 W y 4.2 canales; y el modo Line View, con el que el televisor puede mostrar fecha y hora, el reproductor de música o una galería de imágenes exclusivas.



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

El router tribanda Archer AXE200 Omni, que se llevó uno de los premios CES 2022 a la innovación, incluye unas innovadoras antenas de ajuste automático que eliminan la necesidad de ajustarlas manualmente. Dichas antenas mecánicas giratorias pueden adaptar su orientación en relación a la ubicación del usuario para asegurarle una cobertura óptima en todo momento. De esta manera, el router ofrece la mejor conexión Wi-Fi a todos los dispositivos que estén conectados. Este desarrollo para redes domésticas, junto con lo último en tecnología Wi-Fi 6E, proporciona una conexión tribanda gracias a la nueva banda de 6 GHz para velocidades superiores a 10 Gbps. Integra 1

puerto 10G, 1 puerto WAN/LAN 2.5G y 4 puertos Gigabit y de esta manera satisface las necesidades de entretenimiento multigigabit como RV, RA, 8K y las configuraciones NAS domésticas.

El **Symposium** de Ingram **Micro** vuelve este año en formato físico

Después de dos años sin poder celebrarse por la pandemia, el mayorista de soluciones y servicios tecnológicos, Ingram Micro, ha anunciado la celebración en formato físico de su Symposium. El evento tendrá lugar en Barcelona el próximo 22 de septiembre, jueves.



■ Así, el 19º Symposium de Ingram Micro, volverá a celebrarse en la Cúpula del centro comercial las Arenas, en la Plaza de España de Barcelona. El mayorista apuesta por repetir escenario, por la excelente acogida de anteriores ocasiones. Y es que se trata de una ubicación muy bien comunicada, tanto por transporte público, como por vehículo propio, y desde la estación de tren y el aeropuerto.

Ingram Micro organizará una jornada ininterrumpida de 8 horas, para que el distribuidor pueda alargar su visita al

evento y profundizar en los temas que más le interesen, así como para facilitar la asistencia a aquellos clientes que, por conflictos de horario de atención al público, prefieran aprovechar las horas del mediodía para acudir al evento.

El Symposium quiere volver a ser el marco ideal para generar negocio y hacer networking, volviendo a reunir a más de 2.500 profesionales y más de 100 expositores en torno a las diferentes unidades de negocio de Ingram (core business, cloud, datacenter, seguridad, proAV, DC/POS, etc.).

El área de exhibición, además de productos novedosos de los principales fabricantes, podrá descubrir soluciones ad-hoc con diferentes tipos de tecnología y sus servicios complementarios. Todo ello, se verá reforzado con demos y talleres prácticos, conferencias y sorteos de producto, en un entorno completamente seguro.

<https://es-new.ingrammicro.com/>



BOSCH

Innovación para tu vida

A+++



A+++ → D

A+++



A+++ → D

El aire acondicionado
perfecto para todos.
Así de simple.

Gama Climate



Los **Nuevos Modelos de Aire Acondicionado de Bosch, Climate 5000i y Climate 3000i**, permiten crear un ambiente más cálido o más fresco al instante. Con conectividad WiFi y tecnología i-Clean.



www.bosch-climate.es



IFA

IFA, muestra de productos tecnológicos y electrodomésticos, celebrará su próxima edición entre los días 2 y 6 de septiembre de 2022 en Messe Berlin. Desde la organización hablan de la capital alemana como "el mercado regional más importante de Europa", lo que la convierte en un emplazamiento inmejorable para presentar los últimos productos e innovaciones internacionales en electrónica de consumo y electrodomésticos. En ediciones anteriores, IFA Berlin reunió a visitantes profesionales internacionales procedentes de más de 130 países.



ISE - Integrated Systems Europe

ISE, evento orientado a los profesionales de la integración de sistemas electrónicos y audiovisuales, celebrará su próxima edición del 10 al 13 de mayo en el recinto Fira Barcelona Gran Vía. Integrated Systems Europe exhibirá las últimas propuestas de destacados proveedores de soluciones e innovadores tecnológicos y ofrecerá cinco días de conferencias y eventos (9-13 de mayo). A mediados de marzo, la lista de expositores ya suma un total de 738 empresas, entre las cuales destacan EAE Technology, Epson Europe B.V., Google, Hisense, Intel, Lenovo, LG Electronics, Logitech, Panasonic Connect Europe, Samsung Electronics y Sony.



Simo Educación

SIMO, Salón Internacional de Tecnología e Innovación Educativa, es un evento de referencia tecnológica para los profesionales de la actividad docente. Organizada por IFEMA, la feria reunirá a las marcas líderes en tecnología y contenidos digitales para la enseñanza entre los días 22 y 24 de noviembre de 2022. Como en sus ediciones anteriores, el salón mostrará una importante perspectiva de las herramientas y soluciones tecnológicas de vanguardia al servicio de la innovación educativa, así como para la mejora de los procesos de enseñanza-aprendizaje y de la gestión de centros educativos.



Casa Decor

Con motivo de su 30 aniversario, Casa Decor Madrid vuelve donde empezó todo: el barrio de Salamanca. La muestra se celebrará del 7 de abril al 22 de mayo de 2022 en la Calle Goya nº 89, un edificio residencial burgués de los años veinte que acogerá un total de 54 espacios intervenidos por los profesionales y firmas más importantes del sector del interiorismo, el diseño y el lifestyle. Las muestras incluirán también varias propuestas de electrónica de consumo orientada al hogar, como pueden ser electrodomésticos, soluciones domóticas o aparatos integrados y conectados, entre otros.

:DGM

kitdigitaldoria.com



SOMOS AGENTES DIGITALIZADORES

HASTA
12.000€
PARA TU NEGOCIO

PÁGINAS WEB
TIENDAS ONLINE
REDES SOCIALES
GOOGLE ADWORDS

ABRIL 2022**04/06****MIPTV**

Salón para profesionales de la TV
y medios de comunicación.

Canniers (Francia)

www.miptv.com**11/13****China Refrigeration Exhibition**

Feria de refrigeración climatización
y aire acondicionado.

Chongqing (China)

www.cr-expo.com**12/14****EXPO ELECTRONICA**

Feria internacional de electrónica,
modulos y componentes.

Krasnogorsk (Rusia)

<https://expoelectronica.ru/Ru>**13/15****EMK (Electronics Manufacturing Korea)**

Feria de fabricantes de electrónica.
Seúl (China)

www.electronicckorea.com**17/19****11 Congreso Iberoamericano de Ciencias y Técnicas del Frío**

Se tratarán avances en refrigeración,
conservación de alimentos, aire acondi-
cionado y eficiencia energética.

Cartagena (España).

www.cytec2022.com**20/22****China YIWU**

Feria profesional de Hardware y elec-
trodómicos.

Junhua (China)

<http://en.hardwareexpo.cn/>**MAYO 2022****16/18****SLS EXPO**

Feria de sonido e iluminación.

Riyadh (Arabia Saudi)

www.saudilightandsoundexpo.com**17/19****DRONESHOW**

Feria sobre drones

Sao Paulo (Brasil)

<https://droneshowla.com>**18/20****Cable & Wire Fair**

Feria internacional para la industria
de los cables.

Nueva Delhi (India)

www.cablewirefair.com**18/20****RECOMMERCE EXPO**

Feria de reciclaje y productos
electrónicos reacondicionados.

Bangalore (India)

<https://recommerceeco.com>**18/20****EPTK**

Electric Power Tech Korea.

Seúl (Corea)

www.electrickorea.org**25/27****KITAS**

Korea Smart Device Trade Show.

Feria de dispositivos inteligentes.

Seúl (Corea)

www.kitas.kr/web/eng/main/**31-05/02-06****CTIS**

Consumer Technology & Innovation
Show.

Shanghai (China)

www.ctischina.com**JUNIO 2022****01/03****EEDAL**

Conferencia internacional de
eficiencia energética
en electrodomésticos e iluminación.
Toulouse (Francia)

<https://eedal-ls21.sciencesconf.org>**07/12****FTK Technology For the Kitchen**

Salón del electrodoméstico de
encastre. Se celebra en la feria
internacional del mueble de Milán.

Milán (Italia)

www.salonemilano.it**27/30****QUIET DRONES**

Simposio internacional sobre
rumorabilidad en drones.

París (Francia)

(Solo en formato online)

www.quietdrones.org**29-06/01-07****EMC**

64 Electronic Materials Conference.

Columbus, Ohio (EE.UU.)

www.mrs.org**JULIO 2022****12-14****SEMICON WEST**

Feria de semiconductores

(Formato híbrido).

San Francisco (EE.UU.)

www.semiconwest.org**12-14****BATTERY EXPERTS FORUM**

Foro de expertos en tecnología
para baterías.

Frankfurt (Alemania)

www.battery-experts-forum.com***NOTA:**

La información contenida en este calendario podría sufrir cambios como consecuencia de las cancelaciones
y traslados de fechas de última hora. Aconsejamos confirmar las fechas con los organizadores.

ASPIRADOR RECARGABLE SMART CLEAN

LIMPIEZA INTELIGENTE A TU ALCANCE

SOGO®

Human Technology



SENSOR DE POLVO
PARA SUCCIÓN
INTELIGENTE



CARGADOR
INTELIGENTE



OPTIMIZACIÓN
DE RUIDO
INTELIGENTE



SENSOR DE
BLOQUEO DE
CEPILLO



INDICADOR DEL
TANQUE LLENO



TUBO
FLEXIBLE



AUTONOMÍA



PANEL DE
PANTALLA
TÁCTIL



**MOTOR
BLDC**

**POTENCIA: 350W
29.6V-2500mAh**



Filtro Hepa



Filtro H12



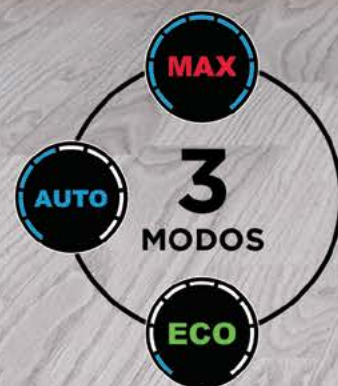
Cepillo
motorizado



Cepillo para
alfombra



Sistema Ciclónico sin
bolsa y función 2x1
vertical y de mano.
Incluye 6 accesorios.



SS-16180

www.sogo.es

bolero

DRESSCODE

Tecnología diseñada para cuidarte

La tecnología **SteamMax** de la serie 600 protege tu ropa y tu salud mediante baños de vapor, y la tecnología **HygienePro** de la serie 400 proporciona una higiene total eliminando el detergente residual y las bacterias.

**BOLERO DRESSCODE
9600 INVERTER**



**BOLERO DRESSCODE
10400 INVERTER**



MOTOR INVERTER
Hasta 33 % de ahorro*



DIAMOND CARE
Protege tu ropa



STOP&GO
Añade prendas olvidadas

cecotec