

LA GAMA BLANCA SE VISTE DE VERDE:
ECODISEÑO Y EFICIENCIA

EL CUIDADO PERSONAL
ESTÁ DE MODA

EL MERCADO DE DISPOSITIVOS PARA
SMART HOME, MÁS FUERTE QUE NUNCA



cecotec

Lavadoras Autodosis

Secadoras Inverter

bolero

Tecnologías para ti y para el mundo.

B

DressCode
Autodosis 2000

A+++

DressCode
Dry 9500



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:

Etapas 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.



441
En portada



sonitrón

4 Editorial

Todos ganamos con los Planes Renove

6 Curiosidades

8 On - Off

Actualidad

9 Entrevista con el Director General de BSH España

12 Entrevista con el CEO de Fagor Electrodoméstico

14 Entrevista con el Ecommerce Manager de Unilae

17 Beko demuestra su compromiso con el medio ambiente en HacktheNormal 2022

18 Entrevista con el CEO de NEWE

22 La gama blanca se viste de verde: ecodiseño y eficiencia

28 Breves

Producto

30 El cuidado personal está de moda

38 El mercado de dispositivos para Smart Home, más fuerte que nunca

44 Pequeños electrodomésticos al servicio de la buena mesa

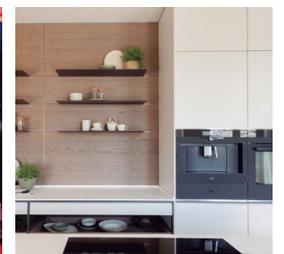
Ferias

52 La IFA 2022 vuelve presencialmente a Berlín en septiembre, como la gran feria del sector

54 Grandes firmas de electrodomésticos participan en Casa Decor 2022

56 Breves

58 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



Todos ganamos con los Planes Renove

■ Están más que demostrados los beneficios que para todos tienen los Planes Renove de Electrodomésticos. Y cuando decimos todos, hablamos de fabricantes, distribuidores, usuarios, Administraciones y, también, el medio ambiente.

En el actual contexto de encarecimiento de los precios de la energía, los electrodomésticos de mayor eficiencia y menor consumo pueden suponer una gran ayuda a largo plazo para la economía de las familias. La convocatoria de Planes Renove por parte de las Administraciones, por tanto, constituye un espaldarazo a la industria, al comercio, genera impuestos, reduce la factura de la luz que tienen que pagar los usuarios y contribuye a un consumo de los recursos de todos mucho más eficiente.

Si al alza de los precios de la electricidad sumamos el cambio de tendencia a la baja del mercado español de gama blanca que han puesto de manifiesto los datos de APPLiA del primer trimestre de 2022 y el frenazo del consumo por la Inflación, encontramos un panorama en el que los Planes Renove pueden ser una solución ideal para atajar de golpe varias necesidades muy importantes de todos los colectivos afectados.

Así pues, ¿A qué estamos esperando?



Balay

75

Aniversario

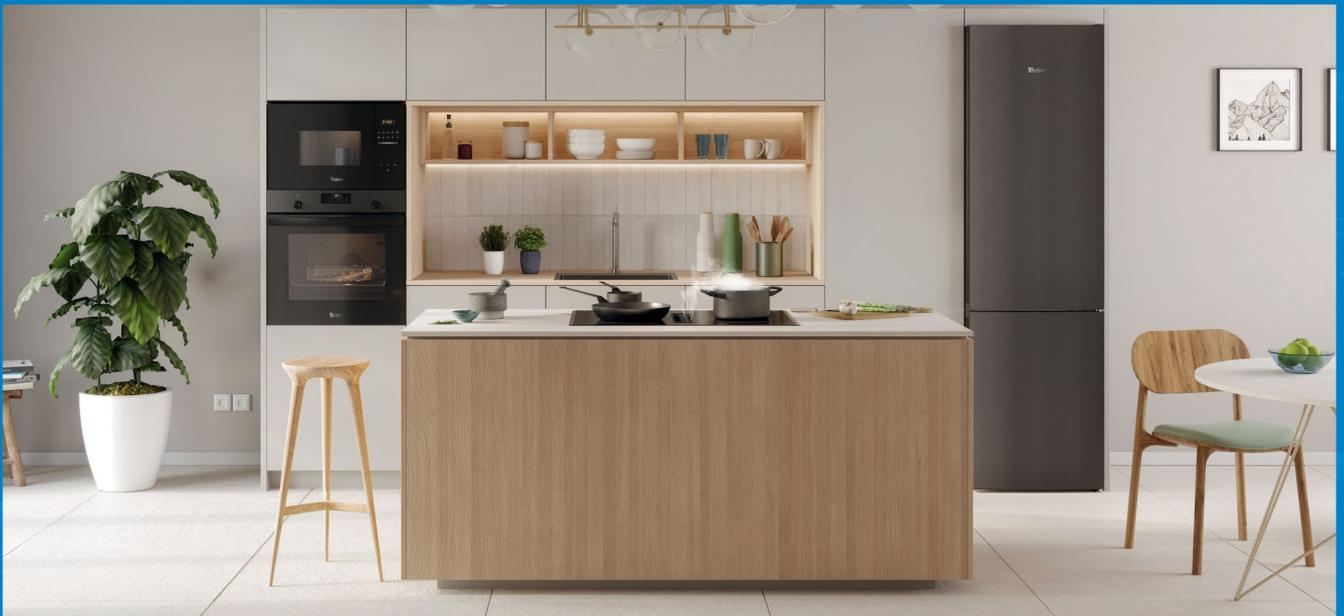
Por 75 años más
de amistad

75 años trabajando rodeados de amigos

Desde nuestros inicios, en Balay siempre hemos trabajado para llevar innovación, practicidad y diseño a todas las cocinas. Y vosotros habéis estado ahí durante todo el camino.

Gracias por la confianza que nos habéis brindado estos 75 años.

Celebramos nuestro aniversario con esta edición especial, la **Serie 75 aniversario**. Con un elegante acabado en color grafito, apuesta por un diseño moderno y recupera el logotipo Balay de los años cincuenta. La serie incorpora la nueva placa de inducción Balay con extractor integrado.



Descubre todo
lo que hemos preparado
por nuestro 75 aniversario

Tengo un amigo en  Balay



Mochila Dyson que mide la contaminación atmosférica

Como parte de un proyecto de investigación, Dyson ha creado una mochila que mide y recoge diferentes parámetros sobre la calidad del aire mientras se desplaza. Con sensores a bordo, una batería y un GPS, Dyson espera utilizar esta sofisticada tecnología para ofrecer información sobre la exposición personal a la contaminación del aire y del mismo modo, hacer entender al usuario cómo evitarla o reducir la exposición prolongada. A través de esta mochila de medición de la calidad del aire, los ingenieros de Dyson

analizan los resultados emparejando los datos del sensor de aire y del GPS de la mochila con las entradas que documentan las actividades diarias del usuario. Esto les permite comprender qué puede haber provocado los episodios de contaminación atmosférica y cómo el individuo podría reducir su exposición en el futuro. www.dyson.com



Monitor de CO₂ Ewent

El monitor de CO₂ y detector de calidad del aire Ewent EW2420, asequible y fácil de utilizar, mide la calidad del aire interior, controlando la presencia de sustancias como el CO₂, pero también materia particulada u otros compuestos orgánicos volátiles, y garantizando la calidad del aire en cualquier edificación. El medidor Ewent EW2420 dispone de una pantalla con una indicación muy simple, capaz de informar de un solo vistazo sobre la calidad del aire, la temperatura y la humedad. Este dispositivo portátil y compacto cuenta con una

interfaz muy sencilla basada en códigos de color al estilo semáforo, por lo que resulta especialmente intuitiva. Al detectar rápidamente la cantidad de CO₂ en un espacio cerrado ayuda al usuario a saber cuándo tiene que ventilar para eliminar el exceso de dióxido de carbono. www.ewent-eminent.com/es



SandFix

SandFix es un clavador de sombrillas automático, accionado por motor eléctrico. Basta con colocar la sombrilla, desbloquear el motor y presionar levemente contra el suelo para que el dispositivo haga su trabajo. Permite clavar la sombrilla cómodamente y sin esfuerzo.

El aparato está equipado con un potente motor de 7,2 V e incluye una batería de larga duración. Está fabricado con plástico reciclado.

www.sandfix.com



Cámara de vigilancia Hama con panel solar

Hama presenta su Cámara Inteligente Exterior 1080p con Panel Solar Negro, un dispositivo ideal para vigilar las entradas, el jardín o cualquier espacio exterior del propio hogar de forma sencilla y autónoma. Su reducido tamaño, de 100 x 57 x 60 cm facilita su colocación. Esta cámara de vigilancia no requiere grandes instalaciones, no solo por su funcionamiento inalámbrico, sino sobre todo porque la energía que le proporciona su panel solar se complementa con los cuatro meses de autonomía de su batería para hacer que casi no sea necesario mantenimiento. Lo cual, unido a que cuenta con protección IP65 frente al polvo y a la lluvia, la

hace ideal para lugares remotos o de difícil acceso. El dispositivo se conecta directamente con el router Wi-Fi para permitir una accesibilidad total a través de la aplicación Hama Smart Home. Además de resolución 1080p la cámara dispone de modo nocturno con infrarrojos. <https://es.hama.com/>



Estación de energía portátil Anker 521 PowerHouse 256Wh

Esta estación de energía portátil con diseño a prueba de golpes, es ideal para actividades al aire libre, campings, o situaciones de apagón. Presenta una capacidad de 80.000mAh, suficiente para cargar pequeños dispositivos como smartphones, tablets, portátiles, cámaras de fotos, lámparas, mini-neveras, televisores, routers o consolas. Incluye un enchufe AC completo, un puerto USB-C de 60W con las tecnologías de carga rápida PowerIQ y PowerDelivery de Anker, 2 puertos USB-A y un conector DC tipo coche. Su batería de fosfato de hierro y litio garantiza 3.000 ciclos de carga sin perder capacidad. Además, gracias a un chip interno y el uso de un algoritmo de Inteligencia Artificial, la estación funciona de forma extremadamente silenciosa. Su pantalla LCD ofrece información en tiempo real sobre la capacidad de carga, mientras que la barra de luz LED integrada aporta iluminación. Tiene un precio de 369,99 euros. www.anker.com

de un algoritmo de Inteligencia Artificial, la estación funciona de forma extremadamente silenciosa. Su pantalla LCD ofrece información en tiempo real sobre la capacidad de carga, mientras que la barra de luz LED integrada aporta iluminación. Tiene un precio de 369,99 euros. www.anker.com



Peeling ultrasónico facial de Rowenta

El nuevo Peeling Ultrasónico Facial de la línea My Beauty Routine de Rowenta, inspirado en las técnicas profesionales más avanzadas, ofrece a la piel una limpieza profunda, eliminando de la cara los puntos negros y los restos de grasa y contaminación. Además, hidrata la piel para unificar el tono y ofrece un efecto alisador para lucir una piel más tersa. También actúa atenuando las manchas de pigmentación, aportando una mayor uniformidad al tono del rostro y afinando la textura de la piel. El Peeling Ultrasónico Facial de My Beauty Routine de Rowenta se acompaña de un estuche con espejo, que también funciona como cargador.

www.rowenta.es

ON

■ Usar las nuevas tecnologías es uno de los principales desafíos de las personas mayores. El desconocimiento, la dificultad que les supone su uso, sentirse fuera de lugar o no poder permitirse los elevados precios de los dispositivos tecnológicos son algunas de las razones que explican la denominada brecha digital en estas franjas de edad. Así, aunque las personas mayores usan cada vez más la tecnología, las cifras, por edad, aún reflejan grandes diferencias. Según el INE, mientras el 73,3% de las personas mayores (entre 65 y 74 años) ha utilizado Internet en 2021, frente al 5,1% de 2006, el uso de Internet es prácticamente universal (99,7%) entre las personas de 16 a 24 años. Las habilidades digitales en los mayores son imprescindibles para garantizar un envejecimiento saludable y feliz. De nosotros también depende que nuestros mayores lo consigan.



OFF

■ De media, los españoles dedicamos unas cuatro horas al teléfono móvil, una cifra que va en aumento, sobre todo, entre la población joven. Pese a las ventajas que ofrecen los smartphones, no hay que olvidar lo negativo de su abuso: aumento del estrés y la ansiedad, menos capacidad de concentración, insomnio o distanciamiento social. Así, Cofidis ha lanzado la campaña "De la pantalla a la vida", que a través de un experimento social tiene como objetivo concienciar sobre el abuso de la tecnología.

Cuando la tecnología nos impide realizar actividades que alimentan nuestras pasiones, tenemos un serio problema. Porque hay vida más allá de los dispositivos móviles y porque nos perdemos muchas cosas interesantes y divertidas por estar mirando el móvil.



Fernando Gil Bayona

Director General BSH España

Balay, una de las marcas de electrodomésticos más populares de España, cumple 75 años. Por eso hablamos con el principal responsable de BSH en nuestro país, cuya vinculación con la marca va más allá de lo profesional ya que su abuelo la fundó y su padre la modernizó.

■ **Balay es una marca histórica del sector electro español ¿Qué supone para BSH España haber alcanzado el hito tan importante de su 75 aniversario?**

Una gran alegría que tras 75 años Balay siga siendo una marca de referencia y de tanto nivel en nuestro país. Los consumidores la adoran, y sus ratios de marca favorita (first choice) son los más elevados en España, junto a la marca Bosch. Balay es una marca cercana, con usuarios fieles que la compran recurrentemente y que, al mismo tiempo, goza de todos los avances tecnológicos del Grupo BSH. Balay le da una fortaleza al Grupo impagable, siendo cimiento clave de una gran construcción de cuota.

Su padre, Fernando Gil Martínez trabajó duro para fortalecer e impulsar la marca Balay ¿Con qué enseñanzas y recuerdos suyos se queda?

Mi padre me infundió el cariño por la marca, y de él aprendí a ser constante, a trabajar con eficiencia, a mantener el compromiso con lo que hiciera en la vida, a vivir, tanto los buenos como los malos momentos, con alegría e involucración, a ser afable, educado, agradecido. A mirar al futuro, a intentar ir dos pasos por delante del corto plazo, a tomar decisiones complicadas. Ha sido y sigue siendo, aunque falleciera ya, mi gran referente.

¿Qué acciones han emprendido o tienen previsto realizar para conmemorar el 75 aniversario de Balay?

Como los tiempos que vivimos no están para echar cohetes, por razones obvias, hemos preparado una serie de eventos austeros pero muy cargados de simbolismo y cariño. Hemos hecho una exposición abierta al público llamada "La casa de tu amigo Balay", en Zaragoza, para que la ciudadanía disfrute del recorrido histórico de la marca. Un acto conmemorativo institucional y un emotivo acto con personas jubiladas, para hacerles saber con cariño que fueron clave en el desarrollo de la marca.

También se ha lanzado una serie especial de producto de la marca con el logo de los años 50, pero con todas las bondades de la tecnología más actual y puntera. Además, ofrecemos una serie de 'Charlas divulgativas Balay', abiertas al público, donde voluntariamente nuestros empleados hablan de distintos temas, desde el origen de los electrodomésticos hasta aspectos industriales, de marketing, logísticos y financieros, de innovación y de compromiso social. También vamos a colaborar en la plantación de árboles de la mano de la iniciativa promovida por el Ayuntamiento de Zaragoza y ECODES, llamada "El bosque de los Zaragozanos". La marca está desarrollando un amplio plan de comunicación en medios nacionales para comunicar este gran hito que es su 75 aniversario.

¿Cómo está siendo actualmente el comportamiento de la marca Balay a nivel de ventas?

A nivel de ventas la marca tiene un comportamiento excelente, si bien, la otra cara de la moneda está siendo la capacidad de suministro al mercado. Estamos sufriendo de una manera nunca vivida antes con el suministro de microchips de todo tipo. Esto sí es un problema grave que no será de fácil resolución. Pero se trata de un problema global. Estamos gratamente sorprendidos de que, aun sabiendo que este problema existe, nos siguen llegando muchos pedidos. La gente quiere Balay y trabajamos para conseguir suministrar del mejor modo posible.

La campaña "Tengo un amigo en Balay" ha sido muy popular. ¿Qué percepción cree que tiene el consumidor español de la marca? ¿Por qué cree que es más conocida?

La campaña técnicamente es excelente. El producto "acompaña a la campaña". El consumidor es fiel, muy fiel.



Son muchos años entrando en las casas de los consumidores. Es una marca con una relación calidad - precio difícilmente superable. Fruto de su conocimiento es el hecho de que es una marca donde hemos invertido mucho durante muchos años de forma consistente. Esto es una maratón: hay que alimentar la marca todos los días, y alimentarla con buenos mensajes y excelente producto.

¿Y la distribución electro? ¿Qué imagen considera que tiene de Balay?

El punto de venta valora a la marca mejor que quizás otros actores de la distribución. Nuestra decisión de vender directamente al consumidor, que es una parte muy pequeña de nuestra venta, no es de agrado para todo el mundo. Pero no cabe duda que la realidad social ha creado ese canal y Balay debe estar allí para atenderlo sin, por supuesto, desatender a los distribuidores con los que durante tantos años hemos trabajado muy bien, a los que agradecemos mucho su colaboración y a los que no les faltarán excelentes propuestas comerciales. Queremos vender a todos. Balay es una marca muy querida por muchos distribuidores y así nos lo hacen saber. Nos motivan mucho sus palabras de aliento.

¿Qué novedades de producto Balay destacaría?

El catálogo completo de la marca está accesible en la web de Balay. Además, muchos consumidores nos llaman a nuestro centro de atención al usuario para resolver dudas y nos sorprende lo mucho que conocen sobre nuestros productos.

Yo destacaría este año, como producto estrella, la placa FlexInducción con extractor integrado, renovamos la gama de hornos y microondas, lanzamos varios modelos de lavadoras con un nuevo diseño y clase de eficiencia energética A, secadoras nuevas para combinar con las lavadoras, lavavajillas de libre instalación con un nuevo panel de control situado en la parte superior de la puerta



Placa FlexInducción con extractor.

para un manejo más cómodo, ampliamos la gama de frigoríficos combinados, lanzamos una vinoteca nueva, un nuevo frigorífico multi puerta y otras muchas novedades.

Por último, ¿Cuáles han sido las claves para haber conseguido llegar hasta aquí? ¿Y para seguir otros 75 años?

Las claves, a mi juicio, han sido el mantener colaboradores muy motivados en el proyecto. "La Balay" es algo familiar, querido, se suda la camiseta. Poca rotación de personal y un grado de compromiso excepcional. Gusta y se quiere el proyecto. Por supuesto que podemos mejorar y a ello nos afanaremos.

Otra clave, la pertenencia al Grupo BSH, líder en Europa. La más puntera tecnología. Una excelente base de proveedores. Los mejores servicios - servicios al cliente, marketing, logística, back office y unos muy buenos equipos de ventas.

La comunicación, cercana y querida. Familiar. Que se ve reforzada porque lo que dice es cierto. Sin duda la colaboración de tantos años con la distribución. Que en relación de pareja estable, hay días de más cariño y otros de pelea, pero sabiendo que nos necesitamos y queremos.

Por último, y más importante, pues todo lo anterior trabaja para ellos, nuestros consumidores, que saben apreciar y poner en su sitio a lo largo de los años nuestro trabajo conjunto arriba descrito.



Vicente Sánchez

CEO de Fagor Electrodoméstico

La reintroducción de la marca Fagor de la mano de Amica coincidió con la pandemia. A pesar de todo, el tirón del mercado y el apoyo de la distribución han sido claves en esta etapa.

www.fagorelectrodomestico.com

■ **¿Qué balance podemos hacer de la reintroducción de la marca Fagor en 2019, de la mano de Amica? ¿Cómo les ha afectado en esta fase de reintroducción el coronavirus?**

Comenzamos el proyecto justo con la pandemia, y lo que parecía -al principio- una situación de mucha incertidumbre, todos los fabricantes vimos cómo la demanda superó cualquier expectativa hasta haber un problema de disponibilidad. Así, comenzamos el proyecto con este auge y esto nos sirvió para poder estar, de nuevo, cerca de nuestros consumidores.

¿Cómo está siendo la acogida dispensada a la marca por parte de la distribución electro?

La marca siempre ha estado muy cerca de la distribución y así lo entendemos. El servicio que aporta la distribución a los consumidores es importantísimo. Son un canal clave, no solo por el servicio y prescripción, sino por la confianza que generan a los consumidores, tanto en online como en tienda física. Creemos que las sinergias son buenas y aun así sabemos que tenemos mucho recorrido por delante.

¿Por qué gamas de producto más apuesta la marca y cuáles son las que mejor están funcionando a nivel nacional?

En encastre, Fagor Electrodoméstico siempre ha sido un aliado importante y toda nuestra innovación va enfocada a eso, a ser útiles en la gestión diaria de un hogar con productos que buscan facilitar la vida a las personas: hornos con apertura automática de la puerta para cuando vas cargado con un recipiente y evitar que se pierda calor; una gran cavidad (77l) para cocinar varios platos a la vez; programas de limpieza que facilitan su mantenimiento; recetas preinstaladas y sencillas de hacer; o zonas de inducción flexibles que se adaptan a cualquier recipiente.

En lavavajillas, las prestaciones están enfocadas a optimizar al máximo los recursos. Tecnologías como ZoneWash, que

permite lavar por zonas y ahorrar agua; o los modelos con AutoDoor (apertura automática de la puerta) que permiten un secado natural y más económico; ganan cada vez más relevancia. Y también, la nueva gama de lavado que lanzamos a final del año pasado, con modelos de lavadora y secadora con una estética premium, las últimas prestaciones (programas con vapor, de higienización y especializados) y muy competitivas, que están siendo muy bien acogidas.

¿En qué medida Fagor está teniendo en cuenta la eficiencia energética, la sostenibilidad o la conectividad a la hora de lanzar nuevos productos?

En la medida en que buscamos soluciones prácticas para que cada usuario, desde casa, pueda contribuir a optimizar al máximo los recursos. Con mayor capacidad para cocinar varios platos a la vez y no malgastar consumo; o con apertura automática de la puerta, tanto en lavavajillas como en horno, para ahorrar agua y evitar fuga de calor respectivamente. También ofrecemos programas de limpieza que usan solo el agua necesaria. En el caso de los lavavajillas, por ejemplo, ZoneWash permite indicar qué cesta se quiere limpiar. Igualmente, en lavado y secado, con la tecnología de vapor se ahorra tiempo de planchado o incluso programas de secado, ya que a veces solo necesitamos "refrescar" una prenda que esté usada o eliminar olores desagradables.

Todas las tecnologías están pensadas para ofrecer funcionalidad y para que todos desde nuestras casas pongamos nuestro granito de arena para optimizar mejor los recursos y respetar el medio ambiente.

¿Cómo valora el patrocinio del equipo femenino del Atlético de Madrid por parte de la marca?

Apoyarse en un club que comparte nuestros valores de esfuerzo y sacrificio es algo de lo que nos sentimos orgullosos. Además, el esfuerzo de la división femenina



Lavadora y secadora Fagor.

es todavía mayor, teniendo en cuenta que es un deporte que todavía está creciendo y tiene mucho recorrido.

El mercado español de gama blanca se está enfriando ¿Cuáles son sus previsiones para el sector este año?

El mercado estaba todavía asentándose después de la pandemia, que tuvo un crecimiento considerable y había que satisfacer la demanda del mercado. El sector de gama blanca suele ser un mercado estable y estos acontecimientos han hecho que ganemos agilidad y flexibilidad para satisfacer las demandas y manejar la incertidumbre. Sin embargo, con los acontecimientos, la guerra de Ucrania ha agravado un poco más la circunstancia y la principal consecuencia es el aumento generalizado de los costes de componentes y materias primas. Habrá que ver cómo se desarrollan los siguientes meses. Se necesita estabilidad para crecer.

¿Cómo está haciendo frente Fagor a los principales retos actuales, como los problemas de la cadena de suministro, la crisis de las materias primas o el encarecimiento de la energía por la guerra de Ucrania?

Los consumidores y la distribución buscan un aliado en el que confiar. Ahora mismo, debemos manejar la incertidumbre controlando los stocks y ajustándonos lo máximo posible a la demanda del mercado, con acciones controladas y yendo de la mano con la distribución.



David Morales

Ecommerce Manager Unilae

Unilae es el nuevo marketplace de PcComponentes que sale del nicho tecnológico y supone la apertura a otras categorías de producto como hogar, decoración, salud y belleza, deporte, moda, bricolaje o juguetes.

■ ¿Cómo y por qué decide PcComponentes poner en marcha Unilae?

PcComponentes se constituyó como ecommerce en 2005, y hace 5 años implementamos un marketplace que ha conseguido consolidarse con éxito, hasta representar hoy en día el 11% de la facturación anual de la compañía, gracias a un volumen de ventas que en 2020 triplicó al del anterior ejercicio y a un total de 400.000 pedidos registrados. Con este caso de éxito como punto de partida, tomamos la decisión de poner en marcha un nuevo y ambicioso marketplace que mantenga la confianza y seguridad que se ofrece a los clientes de PcComponentes, siguiendo con nuestra filosofía y compromiso en las entregas, servicios al cliente, posventa y garantías. Así, nace Unilae.

Este nuevo proyecto empresarial es un paso más del camino que emprendimos de forma pionera con PcComponentes dentro del ecommerce en España. En este caso, con un foco generalista que da respuesta a los clientes que buscan cualquier tipo de producto. Queremos hacerlo de forma muy diferente a la que trabajan los grandes players internacionales, mostrándonos como personas que hablan con personas y que tratan de atender a sus necesidades, facilitar el acceso a productos y servicios en función de la conveniencia.

¿Hasta qué punto Unilae es competencia o canibaliza productos de PcComponentes?

Unilae y PcComponentes funcionarán como dos tiendas independientes. En el caso del primero, cuenta con un vertical de tecnología donde PcComponentes venderá también sus productos.

Sin embargo, cada marketplace hará hincapié en posicionarse en un sector determinado. En el caso de PcComponentes, se centrará en convertirse en un especialista de tecnología únicamente, mientras que Unilae trabajará por

posicionarse en otras verticales que difieran lo máximo posible con tecnología, como belleza, decoración o deportes, convirtiéndose más en un referente generalista y no tan especialista.

¿Cuántos vendedores y productos están presentes en el marketplace y qué previsiones hay al respecto a corto y medio plazo?

A día de hoy, Unilae cuenta ya con 400 pymes españolas vendiendo en su web, con más de 250.000 referencias, aunque se prevé aumentar ambas cifras en 1.000 vendedores y proveedores, así como 500.000 productos durante el primer año.

¿Cuál es el perfil de dichos clientes?

Al igual que hemos venido haciendo en PcComponentes a lo largo de estos 5 años, primamos la calidad de los vendedores por encima de la cantidad, para conseguir una experiencia de usuario de primer nivel. Nuestra tecnología nos permite incluir más de 1.000 sellers en el actual marketplace de PcComponentes, pero hemos apostado por tener una estrategia mucho más asentada y cercana con los vendedores que ahora comenzamos a reflejar en Unilae.

Además de cumplir con unos estándares de calidad muy estrictos para poder convertirse en vendedores a través de nuestro marketplace, todos nuestros seller reciben y recibirán un training muy potente para conocer cómo trabajamos y cómo van a conseguir la 'BuyBox'. Se trata de sesiones formativas muy intensivas en las que se les recalca que tienen que mantener una calidad de servicio y unas condiciones sobresalientes.

¿Qué servicios les ofrece a ellos la plataforma?

Para intentar posicionarnos lo antes posible con respecto a nuestros competidores, se ha acordado bajar el porcentaje de las comisiones al 5% para los sellers de cualquier

Jata
Crea hogar.



**Tus mejores recetas,
ahora sin aceite.**

Encuentra la gama completa de freidoras de aire en nuestra web.



www.jata.es



vertical. También les ofrecemos soluciones de 3PL para facilitarles cuestiones derivadas, por ejemplo, de la logística, como el almacenamiento, a través de partners con los que trabajamos y en los que confiamos plenamente.

Asimismo, trabajamos con varias empresas, como por ejemplo Boardfy, una herramienta de *dynamic pricing* que permite a los sellers mejorar su rentabilidad en la web. Por último, creemos importante remarcar que nuestro catálogo sólo lo conformarán vendedores de la Unión Europea que puedan ofrecer productos de la más alta calidad en cada uno de los verticales.

¿Qué categorías creen que tendrán más éxito en Unilae?

Unilae parte en sus inicios con seis gamas de producto: hogar y decoración, salud y belleza, deportes, moda, bricolaje y juguetes y tecnología. Al principio, se hará hincapié en comunicar de manera más activa aquellos verticales donde haya más catálogo de producto y donde seamos más fuertes, aunque estamos trabajando mucho para que la brecha que pueda existir entre algunas categorías disminuya lo más rápido posible, y así poder ofrecer al cliente una experiencia de compra lo más satisfactoria posible.

¿Están abiertos a sumar nuevas familias de producto?

Está previsto abrir nuevas categorías a lo largo del primer año, como mascotas, un córner gourmet, libros, etc.

De cara al usuario final, ¿Qué ofrece Unilae frente a otros marketplaces?

Al igual que ya hacemos de forma inquebrantable con Pc-Componentes, situaremos al cliente en el centro de nuestro trabajo y nuestro servicio, buscando ofrecerle una atención cinco estrellas y un funcionamiento ejemplar desde el punto de vista de la ética. Esto se traduce en que seguiremos ofreciendo una alternativa competitiva en

precio, producto y servicio a nuestros competidores, pero con nuestras oficinas en España, tributando en el país y con un número local de Murcia por si cualquier cliente nos necesita. Para conseguirlo, apostar por el mejor talento y seguir una filosofía firme y segura será la clave.

¿Qué futuro auguran al modelo de negocio de los marketplaces? ¿Concentración? ¿Especialización?

Todo apunta a que el modelo resultante beberá de ambas tendencias, es decir, marketplaces que concentren diversas categorías de producto, pero que muestren un altísimo nivel de especialización en cada una de ellas. Esta es la línea de trabajo que al menos vamos a perseguir desde Unilae, como un punto de encuentro para consumidores exigentes que valoren mucho que, elijan el tipo de producto que elijan, tendrán a su disposición una tienda que entienda todas y cada una de sus particularidades y necesidades, y que lo demuestre a través de un servicio al cliente de primerísimo nivel.

En ese aspecto, tenemos mucho avanzado en cuanto a experiencia gracias a lo que actualmente hacemos en Pc-Componentes. Día a día, aprendemos que la variedad del catálogo es fundamental para ajustarse a las necesidades del usuario, pero que es la especialización la clave que marca la diferencia entre una tienda buena y una excelente.

Beko demuestra su compromiso con el medio ambiente en HacktheNormal 2022

Del 13 al 15 de mayo se celebró en formato híbrido el evento HacktheNormal 2022: Sustainability, ofrecido por Beko. Una cita para la puesta en común de ideas prácticas sobre economía circular, gestión del agua y cambio climático, con impacto positivo sobre las personas y el planeta.

■ HacktheNormal 2022 Sustainability fue un Hackathon con la finalidad de capacitar a emprendedores en el desarrollo de nuevas soluciones y tecnologías que luchen por lograr una vida más sostenible.

Organizado por Beko, TNW y FT Talent, el evento seguía la estela de éxito de anteriores ediciones como las de África o Turquía. De esta manera, participaron un centenar de equipos formados por emprendedores, ingenieros y desarrolladores de primer nivel en Europa para plantear soluciones que permitan hacer frente a algunos de los retos medioambientales más urgentes, como el cambio climático, la gestión del agua o la economía circular.

Los retos planteados a los participantes fueron la eliminación de la contaminación del agua, la lucha contra los residuos de plástico o la reducción de la huella de carbono de los productos domésticos.

Las mejores propuestas recibieron ayudas económicas para su puesta en marcha. Asimismo, en el evento se presentaron casos de éxito de Beko y de otras compañías referentes en estrategias de negocio sostenibles, como WWF o P&G.

Como dijo Utku Barış Pazar, responsable de estrategia y digital de Arçelik, firma matriz de Beko, "Creemos que es esencial fomentar una cultura de colaboración e innovación en las compañías de hoy en día. Sobre todo, si queremos afrontar con eficacia algunos de los retos medioambientales actuales más urgentes. La acción climática colectiva es la misión que ha impulsado el Hackathon de este año. Por este motivo, hemos reunido talentos diversos y emprendedores. Así, ofreceremos soluciones con un impacto positivo y duradero a través de la innovación abierta".

www.beko.com/es



Pablo Candau

CEO de NEWE

NEWE, una start-up especializada en implementar software de gestión de alquiler en entidades existentes, ha logrado, en solo seis meses, poner en marcha su servicio de alquiler integral en empresas de tecnología y electrodomésticos referentes en el panorama nacional. Ejemplo de ello son PcComponentes o Worten.

■ ¿Cómo nació NEWE?

La historia de NEWE comenzó después de dejar Amazon, donde trabajé durante más de dos años. Me lancé a trabajar en proyectos de desarrollo social y económico en zonas desfavorecidas de Filipinas, pero, debido a la pandemia, tuve que volver antes de lo previsto. A mi vuelta, sentía la necesidad de crear un proyecto que tuviera impacto en la sociedad y, junto a mi amigo de la infancia Ramón Borrueal, nos lanzamos a montar nuestra propia empresa. Queríamos un proyecto que hiciera posible que los consumidores tuvieran la posibilidad de pagar por el uso de cualquier producto el tiempo que quisieran, sin necesidad de ir acumulándolos en casa sin amortizarlos. La primera versión fue un marketplace de alquiler de ropa y, una vez desarrollado y mediante nuestra perspectiva como ingenieros, vimos que podíamos llegar a muchísima más gente si lo planteábamos al revés. Así que decidimos construir un software que facilitara que cualquier retailer pudiera ofrecer a sus clientes un modelo de pago por uso como alquileres y suscripciones.

¿Cuál fue el detonante para expandir la plataforma al campo de los electrodomésticos y la tecnología?

Primero comenzamos a captar empresas enfocadas en la industria de la moda, pero pronto nos llegaron clientes que vendían carritos de bebés, neones para eventos u otras industrias diversas. Ahí fue cuando hicimos "clic". Pensamos que si éramos una empresa de software debíamos poder ser escalables a cualquier vertical y que tenía sentido, más allá de la moda, alquilar una cámara de fotos para un viaje con tu pareja o incluso un equipo de portátiles para una formación en tu empresa. Probamos hablar con Alfonso Tomás, CEO de Pc Componentes para ver qué le parecía la idea y hubo *match* instantáneo. Ahí es donde comenzó todo. Con los electrodomésticos comenzamos cuando lanzamos Worten. La flexibilidad laboral ha hecho que cada vez más personas estén sin residencia fija y que

Desde el lanzamiento del servicio de alquiler de PcComponentes, el número de pedidos mensuales se ha multiplicado por 12

estén dispuestas a pagar una suscripción por un producto de un precio elevado.

¿Cómo fue la acogida inicial de NEWE en el sector tecnológico y de electrodomésticos?

Ha sido progresivo, ya que los cambios de consumo van lentos. Las impulsoras del cambio son las propias empresas al detectar una demanda creciente por parte del consumidor final. Paralelamente, el consumidor va probando el servicio y ve lo beneficioso y cómodo que puede llegar

a ser. El crecimiento ha sido muy positivo y de forma orgánica. Desde el lanzamiento del servicio de alquiler de PcComponentes, el número de pedidos mensuales se ha multiplicado por 12 y la repetición por usuario es cada vez mayor, lo que significa que no solo estamos viviendo un auge en el consumo de modelos circulares, sino que, al probarlo, queremos repetir.

Actualmente, proporcionáis servicio a plataformas como PcComponentes o Worten. ¿Se prevé la adhesión de más plataformas tecnológicas o de electrodomésticos de cara a un futuro inmediato? ¿Y a largo plazo?

Por supuesto que sí. Estamos en conversaciones con grandes clientes con el objetivo de que todos los "big players" a nivel nacional e internacional puedan llegar a ofrecer estos servicios. Los procesos comerciales con las

NUEVAS FREIDORAS DE AIRE

Cocina recetas más sanas sin renunciar al sabor



Cocina de forma saludable con las nuevas freidoras de aire de Ufesa. Tecnología de circulación de aire a alta velocidad, para resultados crujientes con el mínimo aceite. Resultados tan sabrosos y ricos como siempre, pero con menos calorías y mucho más saludables.

ufesa
Feel like home
www.ufesa.es



Ramón Borrueal (COO) y Pablo Candau (CEO), cofundadores de NEWE.

grandes corporaciones no son fáciles, pero ahí estamos en NEWE, convencidos de que en unos años podremos alquilar y suscribirnos a cualquier producto del mercado gracias a la gran apuesta que están haciendo los retailers.

¿Con qué marcas de electrodomésticos y/o electrónica estáis trabajando y con qué tipología de productos?

A día de hoy nuestros clientes más representativos en la vertical electrónica y electrodomésticos son Worten y Pc-Componentes, que son retailers. Ambas empresas ofrecen todo tipo de productos: cámaras de fotos, televisores, ordenadores, neveras. Los dos marketplace permiten a sus clientes alquilar en fechas puntuales o incluso suscribirte a sus productos, por lo que el cliente final dispone de diferentes opciones. Hemos estado hablando también con muchas de las marcas referencia a nivel mundial, pero tienen modelos de negocio muy diversos y el modelo de negocio es muy variable para cada una. Eso sí, todas tienen también en el *road map* apostar por este tipo de servicios. De cara a clientes de NEWE, pronto podremos anunciar a otros clientes de referencia en el sector de la electrónica de consumo lanzando este tipo de modelos. Por temas de confidencialidad no podemos avanzar nada.

¿El servicio de “pago por uso” cuenta con un plazo mínimo de alquiler? ¿Y uno máximo?

En NEWE aconsejamos que se ofrezcan modelos de pago por uso que vayan mínimo desde los 4 días hasta 6 meses, pero es completamente customizable para cada cliente y varía según el producto. Dependiendo del público al que se dirija la empresa se ofrece de una forma u otra. Tenemos experiencia y sabemos qué funciona, así que tratamos de asesorar a nuestros clientes para que el modelo garantice el éxito y, por tanto, la rentabilidad.

NEWE cuenta con una solución completa de logística inversa (almacenaje, seguro, control de calidad, limpieza y desinfección). Con relación al seguro, ¿Qué cobertura ofrecéis exactamente?

Nuestra propuesta de valor es digitalizar el proceso de alquiler o suscripción al retailer desde su propio canal online o físico y ponemos a su disposición un back office (Software) desde donde gestiona toda la trazabilidad del negocio de pago por uso con órdenes de trabajo para que reserve stock, haga expediciones y cuando finalizan los alquileres pueda hacer recepciones. Sumado a todo ello, el retailer tiene acceso a las métricas principales para mejorar su negocio día a día. Además, para que el retailer no tenga ningún problema, ponemos a su disposición una serie de servicios operativos para ejecutar el modelo de alquiler si así lo quisieran. Estos son logística directa e inversa, almacenaje, puesta a punto del producto e incluso seguro que cubre todo lo que pueda suceder durante el tiempo de uso. También la plataforma de pago por uso de nuestro retailer hace un scoring del cliente final para verificar que se trata de un consumidor honesto y que hará un buen uso del servicio.

Centrándonos en el sector de los electrodomésticos y la tecnología, ¿qué productos son los más demandados a través de este tipo de soluciones?

Depende de si el cliente es una empresa o un particular. Por parte de las empresas suelen ser portátiles, proyectores, televisores o sobremesas. Suelen alquilarse para muchas

Es emocionante ver que estás siendo partícipe de un cambio de tendencia en el mercado

situaciones diferentes como eventos, formaciones o incluso para grabar escenas de cine. Por parte de particulares, sin duda, son patinetes, cámaras de fotos, altavoces y cada vez vemos más particulares alquilando ordenadores para poder seguir teniendo el dispositivo mientras el suyo se arregla. En el caso de los electrodomésticos, no hay un claro ganador, pero se empiezan a ver suscripciones de todo tipo de producto. El mercado comienza a entrar en ebullición.

¿Se trata de una solución dirigida a un público muy específico? ¿Quién muestra más interés por el modelo “pago por uso”?

Por parte de clientes de NEWE, cualquier empresa que ofrezca un producto con un precio superior a 200 € puede ofrecer este tipo de modelos. Y si nos vamos al consumidor final, como decía en la anterior pregunta, hay un cliente objetivo muy variado. Te encuentras clientes que quieren un uso temporal por alguna circunstancia en particular, luego hay otros que quieren probar los productos sin más e incluso comienza a ver muchos que utilizan el alquiler como ese coche de ocasión que nos dejan en los talleres cuando reparamos nuestro coche. Iremos conociendo más tipologías de cliente porque esto no ha hecho más que empezar y, siendo completamente sincero con vosotros, es emocionante ver que estás siendo partícipe de un cambio de tendencia en el mercado.

¿Consideras que el “pago por uso” podría ser una tendencia que acabará por imponerse?

No pienso que la venta vaya ni deba desaparecer, de hecho,

todo lo contrario. Hay productos que nos es rentable comprar por la cantidad de veces que las usamos. Pero realmente pienso que la curva se acerca más y más. Cada vez los consumidores vemos menos rentable tener en propiedad lo que no nos es rentable, y ahí es donde entra el alquiler. La venta y el alquiler son compatibles y no debe imponerse un mercado al otro, todo lo contrario, deben convivir para que el consumidor final tenga la experiencia más completa.

Cuando alguien quiera un uso puntual, alquilará. Y cuando alguien quiera un uso que valide el precio de venta que estás pagando, pues comprará. Tan sencillo como esto.

Desde NEWE ofrecéis otras opciones, como la venta de segunda mano o el modelo de negocio “Try to Buy”. ¿Qué rendimiento tienen estas alternativas? ¿Las compañías las prefieren al alquiler de productos?

Esto es super interesante. El modelo “Try Before Buy” lo lanzamos después de ver que muchos clientes compraban el producto después de un alquiler ocasional, es decir, que estaban usando el servicio de alquiler más bien como un servicio de prueba. Y ahí pensamos que podíamos crear un modelo de compra más consciente si éramos capaces de que nuestro cliente lanzara un modelo en el que los consumidores pudieran probar los productos antes de comprarlos. Funciona muy bien. Esto se debe a que, si no te decides a comprar un producto, especialmente en electrónica, ya que todos los años sale un nuevo modelo de cada producto, puedes probarlo por un módico precio. Con este modelo, los clientes de NEWE aumentan su CTR (Tasa de conversión) de forma considerable y el consumidor consume de forma más consciente.

Con respecto a la venta de segunda mano, no hemos desarrollado todavía ninguna plataforma como tal para ello, pero comprar productos en alquiler, está dentro del mercado de la segunda mano, por lo que nos sentimos identificados con ello.

La gama blanca se viste de verde: ecodiseño y eficiencia

El ecodiseño, la eficiencia, la durabilidad, la reparabilidad y la reciclabilidad son aspectos clave para definir el presente y el futuro del segmento de la gama blanca.



■ La urgencia climática, el encarecimiento de las materias primas y la energía, las restricciones de suministro global surgidas a raíz del Covid-19 o el impacto socioeconómico provocado por el confinamiento son algunos de los aspectos que están provocando modificaciones en los hábitos de consumo.

El segmento de gama blanca ha registrado importantes cambios en las preferencias de compra de los consumidores y ha adaptado su oferta en consecuencia. En este sentido, el diseño y las materias primas del propio electrodoméstico, la durabilidad, la eficiencia energética e hídrica y la digitalización son aspectos fundamentales para definir el presente y el porvenir de este mercado.

NOVEDAD MUNDIAL | ANUNCIADO EN TV

BIENVENIDOS, AMANTES DE LA CARNE



El horno de última generación con el que además podrás preparar un chuletón **a la brasa como no lo has probado en tu vida.**



TEKA

La pandemia refuerza al sector

Durante la pandemia, el hogar se convirtió en un espacio polivalente en el que pasar la mayor parte del tiempo. Ante este escenario, son muchos los que decidieron realizar obras de mejora e invertir en reformar y reacondicionar su casa. Los electrodomésticos no quedaron exentos a estos cambios, y muchos hogares renovaron sus neveras, lavaplatos, lavadoras, secadoras, calentadores de agua, aires acondicionados, etc.

Concretamente, APPLiA España, asociación que agrupa a los principales fabricantes nacionales de electrodomésticos (tanto de gama blanca como de PAE), asegura que en 2021 la facturación acumulada de electrodomésticos de gama blanca creció un 13,99% con respecto a 2020, mientras las unidades vendidas registraron un crecimiento del 9,94%. Esto refleja que, durante la segunda mitad de la pandemia, el consumo de gama blanca creció tanto en unidades vendidas como –especialmente– en facturación.

Esta tendencia alcista, sin embargo, ha quedado atrás con la entrada de 2022. En este sentido, APPLiA España ha registrado una disminución del -5,45% en el valor de la facturación del sector a nivel nacional en el primer trimestre de 2022; mientras el descenso interanual de las unidades comercializadas en este periodo es del -14,80%.

Las cifras expuestas previamente ponen de manifiesto que la caída en el número de unidades es muy superior al descenso de la facturación. Esto demostraría que los modelos con prestaciones Premium resisten mejor la crisis de consumo. En otras palabras: el consumidor está apostando por electrodomésticos más caros y avanzados en términos de eficiencia, durabilidad, reparabilidad, ecodiseño, etc. que, a pesar de requerir un desembolso inicial más elevado, acaban reduciendo notablemente la factura de la luz y el impacto medioambiental.

En opinión de Matteo Rambaldi, Director de Políticas Energéticas de APPLiA, “beben introducirse incentivos a nivel de la UE para priorizar el impulso hacia la innovación del sector, empoderando así a los consumidores para que avancen hacia la toma de decisiones más eficientes energéticamente”.

“Eficiencia Energética Primero”

Con el objetivo de revertir el impacto del cambio climático, el pasado año 2021, la Comisión Europea publicó una nueva recomendación y directrices referentes al principio de “Eficiencia Energética Primero”. La primera de ellas sugiere acciones específicas para garantizar el cumplimiento de dicho principio, mientras las directrices proponen soluciones prácticas aplicables al segmento de la energía.

Algunas de las máximas de este principio son: poner en valor el ahorro energético; recopilar datos sobre el impacto y los beneficios de las soluciones eficientes; suprimir barreras ante posibles mejoras; y desarrollar políticas en pro de la eficiencia energética.

El segmento de los electrodomésticos tiene un papel importante en el camino hacia un futuro más sostenible. En este sentido, la Comisión Europea ha adoptado una nueva normativa –en vigor desde el pasado 2021– referente al diseño ecológico de electrodomésticos. Concretamente, según la Fundación Ecolec –orientada al reciclaje electrónico y gestión de RAEE–, se han adoptado diez reglamentos de implementación que establecen requisitos de ecodiseño y eficiencia energética para estos grupos de productos: lavadoras, lavavajillas, frigoríficos, pantallas de televisión, fuentes de luz y equipos de control separados, fuentes de alimentación externas, motores eléctricos, frigoríficos de supermercados o máquinas expendedoras; transformadores de potencia y equipos de soldadura.



Así pues, en línea con el principio de “Eficiencia Energética Primero”, el segmento de gama blanca apuesta por los electrodomésticos sostenibles orientados a reducir la huella de carbono. Este tipo de soluciones deben cumplir con una serie de requisitos en términos de eficiencia energética y diseño ecológico para formar parte de una base de datos (creada en 2019 junto a la nueva etiqueta energética) y convertirse así en electrodomésticos sostenibles. De hecho, según ACS Recycling -expertos en la gestión y tratamiento de residuos eléctricos y electrónicos (RAEE)-, aquellos que no cumplan con la normativa de la UE no se podrán comercializar.

Nuevo etiquetado energético

El nuevo etiquetado energético, en vigor desde el 1 de marzo de 2021, simplifica la versión anterior y propone una escala A-G. Según la OCU, la información es más comprensible para el consumidor, lo que provoca una mayor motivación por comprar electrodomésticos más eficientes. Además, el nuevo sistema de etiquetado no solo presenta información sobre el consumo energético, sino también

acerca de los recursos hídricos utilizados en el lavado, la capacidad de almacenamiento o la emisión de ruido, entre otros. Las nuevas etiquetas se encuentran en constante evolución y revisión. Según los resultados de una encuesta del Eurobarómetro difundidos por ACS Recycling, “la etiqueta energética es reconocida por el 93% de los europeos y el 79% de consumidores han sido influenciados por ella al comprar un electrodoméstico”. Estas cifras demuestran la gran importancia de que los productores de gama blanca apuesten por soluciones cada vez más eficientes y responsables con el medio ambiente.

Un estudio de IDAE -Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía- muestra la importancia de mejorar la eficiencia de los electrodomésticos; una partida que representa el 21,7% del consumo doméstico de energía. En primer lugar se encuentra el frigorífico (30,6%), seguido de la TV (12,2%), la lavadora (11,8%), el horno (8,3%) y el congelador y el lavavajillas (6,1%). Así pues, apostar por soluciones más eficientes ayudará a reducir notablemente tanto la factura energética como el impacto medioambiental.

Más concretamente, la combinación de etiquetas de eficiencia energética y el ecodiseño permitirán, en palabras de Ecolec, “la generación de 167 tetravatio/hora (TWh) de ahorro energético anual para el año 2030 (equivalente al consumo anual de energía de Dinamarca); la reducción de las emisiones de CO₂ en más de 46 millones de toneladas; y un ahorro en los hogares europeos de 150 euros al año de media”.

Reparabilidad y durabilidad

Según información de un estudio de las Naciones Unidas difundida por ABC, “en Europa se producen anualmente más de 16 kilos de desechos electrónicos por persona, casi la mitad de los cuales proceden de viejos electrodomésticos. La Unión Europea, por su parte, solo es capaz de reciclar el 40% de dichos residuos”.

En este sentido, el principio de “eficiencia energética primero” de la UE contempla también medidas en términos de reparabilidad y reciclabilidad; dos cuestiones clave para aumentar la vida útil de los productos y avanzar hacia la economía circular. En palabras de la Fundación Ecotic –orientada a la gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos RAEE y SIG– la reparabilidad “mejora la vida útil, el mantenimiento, la reutilización, la actualización, la reciclabilidad y el manejo de los residuos generados por los electrodomésticos”.

En esta línea, una cuestión esencial según ACS Recycling es garantizar la disponibilidad de piezas de repuesto. Así, cuando un electrodoméstico sufra una avería será más fácil, económico y sostenible sustituir solamente el componente dañado que cambiar la máquina entera. El periodo durante el cual deben estar disponibles los recambios varía en función de los artículos. Por ejemplo, para los aparatos de refrigeración el plazo es de un mínimo de 7 años y en el caso de las lavadoras y los lavavajillas se amplía a 10 años. Todas las piezas deberán entre-

garse en un término máximo de 15 días hábiles. El pasado 10 de febrero de 2022 se celebró telemáticamente la Cumbre Europea del Consumidor desde la sede del Parlamento Europeo de Estrasburgo. En el marco del evento se abordaron, según información de APPLiA –asociación comercial con sede en Bruselas que da voz a la industria europea de los electrodomésticos–, las prioridades del Plan de Acción de Economía Circular (CEAP) de la UE en relación a su objetivo de neutralidad climática para 2050. Entre estas destacan, según APPLiA, “fomentar un modelo social basado en la producción y el consumo sostenibles y la minimización de residuos”.

Para alcanzar la neutralidad climática es importante que los productos sean duraderos y se puedan reparar; unos atributos que ya cumplen la mayoría de electrodomésticos actuales. De hecho, según datos de APPLiA, “en 2016 el 81% de las solicitudes de reparación se realizaron con éxito; un porcentaje que ascendió al 91% en 2018”. Estas cifras ponen de manifiesto, según Paolo Falcioni, director general de APPLiA, la elevada capacidad de reparación de los electrodomésticos en Europa. Dicha capacidad, sin embargo, debe ir de la mano de un conjunto de habilidades técnicas que, lamentablemente, muchos profesionales de la reparación no poseen. En este sentido, mantener el nivel de arreglos sin comprometer la seguridad del hogar sigue siendo un reto para el sector. De hecho, Falcioni ha comunicado que APPLiA está apoyando la elaboración de un libro digital destinado a capacitar a las jóvenes generaciones de técnicos en Europa.

Ecodiseño y eficiencia a pie de calle

Exponemos a continuación algunos ejemplos de ecodiseño y eficiencia dentro del segmento de la gama blanca de la mano de Sustainable Jungle, plataforma de lifestyle orientada a promover un cambio medioambiental positivo: Miele está estudiando cómo diseñar electrodomésticos ecológicos a partir de metales 100% reciclables.

Además, pretende alcanzar la neutralidad en carbono para 2050. Actualmente la mayoría de sus lavadoras, secadoras y lavavajillas cuentan con una eficiencia energética superior y cada vez son más los refrigeradores y congeladores que alcanzan también esta categoría. La vida útil estimada para cada uno de ellos ronda los 20 años.

Smeg, por su parte, se ha comprometido a eliminar de su cadena de suministro los productos químicos tóxicos. Los electrodomésticos de la firma presumen de un alto rendimiento con un bajo consumo; alcanzando la calificación de clase de eficiencia energética más alta. Para la elaboración de sus soluciones, Smeg apuesta por materiales como vidrio, acero, latón y aluminio, ya que son fáciles de reciclar.

El pasado año 2020, Beko logró que sus electrodomésticos consumieran un 34% menos de energía y ahorraran un 31% de agua. Además, desde 2010 la compañía ha reducido las emisiones de gases de efecto invernadero a la mitad y ha reciclado el 97% del agua utilizada durante el proceso de fabricación. En septiembre de 2021, Beko presentó su gama más sostenible, fabricada con botellas de plástico, residuos de redes de pesca, hilo industrial o biocompuestos, entre los cuales destacan las cáscaras de huevo, el almidón de maíz o la caña de azúcar. La gama está integrada por el horno RecycledNet, la secadora RecycledDry, el frigorífico BioCycle y el lavavajillas AutoDose.

Bosch es climáticamente neutral desde 2020 y socio de Energy Star -programa de la Agencia de Protección Ambiental de los EUA orientado a promover los productos eléctricos eficientes- desde 2021. Entre los objetivos medioambientales de Bosch para 2025 destaca el mayor uso de energías renovables, la reducción del consumo de agua y la mejora del tratamiento de aguas residuales, la evaluación del impacto social de su actividad y al avance hacia la economía circular.



LG tiene como objetivos promover un estilo de vida inteligente, avanzar hacia la circularidad y alcanzar las emisiones de carbono cero. En este sentido, sus objetivos para 2030 incluyen un 80% de productos con certificación ecológica y una tasa de reciclaje del 95% en sus desechos de producción.

Finalmente, Samsung cuenta con un par de lavavajillas calificados como unos de los más eficientes de 2021 según Energy Star. Además, el 98% de sus productos más innovadores son responsables con el medio ambiente. Igualmente interesante es el hecho de que, entre 2009 y 2020, la compañía haya logrado reducir en 250 millones de toneladas los gases de efecto invernadero gracias a las mejoras en la eficiencia energética de sus productos; y que haya recogido y reciclado más de 3,8 millones de toneladas de residuos durante el mismo periodo.

www.applia-europe.eu / www.acsrecycling.es / www.ecolec.es

La compra de Tristar impulsa las ventas de Spectrum Brands

En el segundo trimestre de su ejercicio 2022, finalizado el pasado 3 de abril, las ventas de Spectrum Brands Holdings, Inc. crecieron un 6,2%, hasta los 807,8 millones de dólares. La compra de Tristar en febrero está detrás de este crecimiento.

Sentencia condenatoria contra Francesc Miró

La sentencia incluye una condena a Francesc Miró de dos años de prisión como autor de un delito de falsedad contable, en concurso medial con un delito de estafa; y otra condena de seis meses adicionales por un delito de alzamiento de bienes.

El Parlamento Europeo apoya el cargador común para móviles

Esta propuesta, adoptada con 43 votos a favor y 2 en contra, busca reducir los desechos electrónicos, garantizando que los usuarios no deban cambiar el cargador cuando adquieran un nuevo dispositivo y puedan usar el mismo para todos sus aparatos electrónicos.

Alfredo Gosálvez, nuevo secretario general de FECE

La Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos nombra a Alfredo Gosálvez de la Macorra secretario general de la organización. Gosálvez sustituye a Carlos Moreno-Figueroa, quien deja el cargo para iniciar nuevos proyectos en el sector.

SOM Multiespai de Barcelona acoge el centro gaming más grande de Europa

Asobu abrió sus puertas el 25 de febrero con una superficie de 2.000 m² que incluye tres estadios para torneos de videojuegos, servicios para empresas y una dimensión educativa con la formación de jóvenes vinculada al juego.

Las ventas globales de smartphones caen en el Q1 2022

IDC apunta que las ventas cayeron un 8,9% en comparación con el mismo período del año pasado, con 314,1 millones de unidades vendidas. En cambio, los resultados de Omdia señalan una caída del 12,9% y un registro de 308 millones de unidades vendidas.

Ley de Chips de la UE: el final de la dependencia global de semiconductores

Dicha propuesta consiste en un conjunto global de medidas que busca garantizar la estabilidad y el liderazgo tecnológico de la UE. Por ello, se movilizarán más de 43.000 millones de inversiones públicas y privadas.

Metaverso y compras online, camino a la convergencia

Según Vista, el 64% de los encuestados están familiarizados con el metaverso, el 54% creen que se sentirían cómodos usando la tecnología y los servicios de metaverso y un 82% considera que será una tendencia más popular entre la Generación Z y los Millennials.

Cecotec invierte 18 millones de euros en sus nuevas instalaciones

Cecoffice, el nuevo edificio central de Cecotec ubicado en Alfafar (Valencia), tiene dos objetivos: albergar las oficinas y a sus cerca de 800 empleados; y convertirse en un parque tecnológico experiencial en el que se establecerá el primer Cecoexperience Show.

Caen un 5,1% las unidades de PC vendidas en el Q1 2022

Las ventas globales de PC tradicionales han disminuido un 5,1% en comparación con el mismo período del año pasado. No obstante, esta caída no significa que el sector, que ha vendido 80,5 millones de PC en un trimestre, esté en retroceso.

El marketplace se consolida como modelo en auge

En 2021, los marketplaces alcanzaron una tasa de crecimiento del 25% por segundo año consecutivo, según el Enterprise Marketplace Index. El número de empresas que comenzaron a vender en marketplaces incrementó en un 46% respecto a 2020.

Huawei Experience Store: una inmersión en el universo Huawei

Nace el proyecto Huawei Experience Store en Milán, de la mano del diseñador italiano Alessandro Luciani, que ha apostado por la relación entre el medio ambiente, el hombre y la tecnología. Por ello, en la elección de los materiales se ha primado el vidrio y la madera.

Jata recibe el Premio Exaltación de la Verdura

El galardón, otorgado por la Orden del Volatín en el marco de las Fiestas de la Verdura, reconoce la colaboración de Jata en la realización de las jornadas. Concretamente, por «ayudar a sacar adelante las Fiestas de la Verdura de Tudela y la Ribera».

Microsoft desarticula una red de bots delictiva que operaba mundialmente

La Digital Crimes UNIT de Microsoft toma medidas legales y técnicas para desarticular ZLoader, una red de bots delictiva. La compañía ha tomado el control de 65 dominios que el grupo criminal usaba para crecer, controlar y comunicarse con su red de bots.

Así impactan el streaming y el gaming en la sociedad española

Según PcComponentes, en un año el porcentaje de personas que dedican entre una y dos horas diarias al gaming ha crecido de un 33% a un 46%. Además, un 42% de los gamers afirma dedicar más tiempo a consumir o retransmitir este tipo de contenido.

Teka lanza la campaña publicitaria «Los amantes de la carne»

Teka lanza su nuevo horno SteakMaster con la campaña «Los amantes de la carne». Se trata de un electrodoméstico que ofrece una experiencia gastronómica única, ya que permite cocinar un chuletón a la perfección desde la comodidad del hogar.

El cuidado personal está de moda

Durante la peor fase de la pandemia, en 2020, el mercado de cortapelos, barberos y trimming se disparó un 72%, según GfK, con un crecimiento especialmente acusado en el canal online. Las restricciones, el cierre de tiendas y peluquerías explican estos datos.

■ Concretamente, entre marzo y abril de 2020, según GfK, las ventas de cortapelos (en valor) crecieron un 104%, los barberos, un 42% y los kits de arreglo del vello, un 65%. Aunque dos años después, la situación no es la que era, son muchos los usuarios que se han acostumbrado al uso de estos dispositivos y que aseguran un mayor mercado de reposición que antes de la llegada del Covid-19.

De la misma manera, la crisis sanitaria contribuyó a que la población diera más importancia a la higiene y a la salud, algo que se ha traducido en una mayor demanda de productos como masajeadores, o cepillos e irrigadores dentales.

Hablan los fabricantes

Desde Cecotec aseguran que entre las familias de producto que más se están vendiendo en la categoría de PAE de

La pandemia consagró el uso de productos de cuidado personal e higiene a nivel doméstico, sentando las bases de un realidad nueva

Cuidado Personal figura toda la línea de cuidado del pelo, planchas, secadores, rizadores y cepillos alisadores, ya que ofrecen grandes prestaciones y calidad a un precio muy competitivo. Por su parte, Panasonic está reforzando el segmento de belleza masculina con afeitadoras y recortadoras de pelo. Asimismo, señala crecimientos de la marca en higiene oral (cepillos e irrigadores dentales).

En Ufesa mencionan el interés del mercado en productos para proteger y mimar el cabello. Ello explica el éxito de planchas y secadores con tratamientos de

queratina, argán, iones... Igualmente, citan como otros productos exitosos las fotodepiladoras, barberos y cortapelos, así como masajeadores.

Por su parte, Sogo constata el aumento de ventas de irrigadores y cepillos dentales y productos de aseo personal. En el caso de Remington, las principales familias que presentan un crecimiento mayor es la de cuidado del cabello, en concreto planchas y secadores.

Entre las tendencias experimentadas por esta familia en los últimos tiempos destaca el crecimiento de las ventas de productos para hombres. Preguntados sobre este aspecto, desde Remington explican: *El tipo de perfil de usuarios es muy variado. Encontramos tanto hombres que buscan herramientas más funcionales, como clientes que buscan herramientas para acabados más profesionales como degradados en el pelo, barberos o hasta secadores de pelo o planchas para sus peinados. El público masculino es muy dispar, pero si tuviéramos que clasificarlo, serían hombres que se cuidan a sí mismos y quieren mostrarse con la imagen con la que se sienten más confiados y a gusto ante el mundo.*



Desde Ufesa, además de confirmar la tendencia alcista del cuidado personal masculino, nos confiesan que apuestan por entrar dentro de la categoría con cada vez más referencias como sets de arreglo, recortadoras y afeitadoras.

En la misma línea se manifiestan desde Panasonic: *desde hace algunos años hemos percibido un cambio de tendencia respecto al tipo de cliente y el uso de los productos. Históricamente, las mujeres han sido las principales referentes para los productos de cuidado personal, pero una tendencia creciente de hombres que optan por cuidarse desde casa. Pequeños electrodomésticos como las recortadoras o afeitadores generan más interés por parte del consumidor.*

Desde Sogo, sin embargo, aseguran que el público femenino sigue teniendo más peso en cuidado personal, concretamente, las mujeres de mediana edad. Igualmente, en Cecotec nos dicen que, dada la amplia y variada oferta de productos de la marca, no hay un perfil concreto, ya que éste es muy variado.

Finalmente, sobre la tendencia de la sostenibilidad, Cecotec recuerda su compromiso con los objetivos de desarrollo sostenibles de la ONU y su estrategia de respeto al entorno, minimizando su impacto medioambiental y apostando por la economía circular y el reciclaje. Por su parte, Panasonic menciona entre sus acciones "verdes" la reducción del uso de plástico en los embalajes y la mejora de la eficiencia energética de sus productos. Sogo apunta el empleo materiales menos nocivos para el medio ambiente en sus productos y de menor potencia de consumo. En Remington explican que están trabajando para reducir el consumo de plásticos de un solo uso y ofrecer productos más eficientes. También la eficiencia forma parte de la estrategia medioambiental de Ufesa.

Cecotec



Secador Bamba IoniCare 6000 RockStar Fire

Bamba IoniCare 6000 RockStar Fire es un secador de pelo iónico de Cecotec, que seca e hidrata el pelo. El aparato está equipado con un motor digital de 1.800 W de potencia y accesorios magnéticos. Precisamente, el motor es uno de los puntos destacados de este secador iónico, un motor digital Brushless que hace que el secador sea más eficiente, potente, silencioso y ligero.

Igualmente, Bamba IoniCare 6000 RockStar Fire dispone de tecnología Air Repair que hidrata el pelo mientras lo seca. De esta manera, evita los daños producidos al aplicar calor en el cabello y consigue un mejor resultado, mostrando un aspecto suelto y natural.

El secador se acompaña de accesorios profesionales con unión magnética que facilita su intercambio. En este sentido, incluye un difusor diseñado para que los rizos queden más naturales y sin encrespamiento. También incorpora la función Extreme Protect, que cuida el cabello gracias a la temperatura oscilante automática. Mediante un control inteligente del calor con un termostato de última generación que mide la temperatura del aire y envía la información a un microprocesador, se consigue controlar de forma inteligente la temperatura para prevenir daños causados por un exceso de calor.

Por otra parte, el motor digital incorpora 17 hojas que generan una frecuencia inaudible, por lo que resulta más silencioso que otros secadores equipados con motores de tecnología diferente. De la misma manera, el hecho de contar con un motor digital hace que la vida útil del secador sea mucho más larga en comparación con otros modelos convencionales. Ello se debe a que se han eliminado las cerdas en el motor digital, por lo que se evita el desgaste que éstas generan. Además, Bamba IoniCare 6000 RockStar Fire dispone de función memoria para que recuerde la última configuración usada durante el secado.



Ufesa



Ufesa Elegance Compact, fotodepiladora con luz pulsada intensa (IPL) ayuda a conseguir una piel sin vello por más tiempo en todo el cuerpo, con resultados como los de un salón de belleza. Bastan 20 minutos para un tratamiento integral. Los resultados son visibles tras unas 8-12 semanas de la primera sesión. Incorpora un accesorio de precisión para la cara, de 2 cm².

En cuanto al set de arreglo **Titanium Pro** para hombres, cuenta con batería de litio de hasta 120 minutos de autonomía, incluye cuatro cabezales extraíbles y lavables que permiten adaptarse de forma práctica y con precisión a todos los rincones: cabezal rotativo, cabezal mini afeitado y cabezal de precisión para retoque de patillas y contornos.



Asimismo, el kit moldeador 3 en 1 **Expert Glam** permite secar, dar volumen y moldear el cabello de forma fácil y con un mismo producto. Cuenta con un concentrador para un secado más rápido, un cepillo térmico cerámico de 60mm que aporta volumen, y un cepillo cerámico para alisar el cabello.



Sogo



El termómetro infrarrojo digital **SS-14055** ofrece un rango de medición de temperatura que va desde los 32 a los 42,9°C / 89,0 - 109,2°F en mediciones corporales; y de los 0,0 a los 100 0°C / 32 - 212,0°F en objetos. Se trata de un dispositivo muy rápido, con un tiempo de respuesta inmediata de 1 segundo. Además de permitir la lectura en grados centígrados y en grados Fahrenheit el termómetro SS-14055 de Sogo ofrece una precisión de entre 0,2°C / 0,4°F para mediciones corporales. En el caso de objetos, la precisión es de 1°C / 1,8°F.

Otras características de este termómetro son:

- Distancia efectiva: 2,5 cm.
- Interruptor de cuerpo / objeto (para realizar cambios en el objetivo de medición).
- Sistema de apagado automático en 15 segundos.
- Memoria para 32 lecturas.
- Pantalla de tres colores para diferentes medidas de temperatura.
- Funcionamiento con batería 2xAA (3V)(no incluida).
- Alarma de fiebre para cierto rango de temperatura.



Taurus / www.taurus-home.com

Del amplio catálogo de barberos, afeitadoras y recortadores de pelo de Taurus destacan Hubble y Hubble Zoom (en la imagen), con batería de litio recargable y una autonomía de hasta 90 minutos. Diseñados no solo para recortar la barba, sino también para afeitar y cortar el pelo de todo el cuerpo, los barberos Hubble proporcionan una barba y look perfectos, con diferentes niveles de corte. Ambos pueden cargarse de forma rápida mediante USB-C en 90 minutos y cuentan también con una carga extra rápida de solo 5 minutos para poder realizar un solo afeitado.

Los dos modelos Hubble están diseñados para garantizar el agarre más ergonómico, cómodo y eficaz y permiten un uso con y sin cable. Su certificado waterproof IPX6 permite su uso con cabello mojado.



Jata / www.jata.es

De la nueva colección Beauty de Jata es el cepillo alisador con tecnología iónica antiencrespamiento. Con un recubrimiento cerámico de alta resistencia, este producto es versátil, fácil y rápido.

Se trata de un artículo de 50 W de potencia, diseñado para dar forma y movimiento al cabello gracias al diámetro del cepillo. Además, su revestimiento cerámico garantiza el cuidado del cabello y la tecnología iónica evita el encrespamiento. Cuenta con un diseño de púas a dos alturas que facilita el alisado del cabello. Asimismo, se caracteriza por un calentamiento ultrarrápido y 4 niveles de temperatura (160°, 180°, 200° y 220°) que se indican con una luz led. También cuenta con un interruptor de encendido y un modo de suspensión automático. Incluye una anilla para colgarlo, un cable giratorio de 2 metros, una tapa protectora y bloqueo de seguridad.



Panasonic / www.panasonic.com

El irrigador dental EW1513W incorpora una nueva boquilla ortodóncica desarrollada y una boquilla ultrasónica que permite cuidar en profundidad los apliques ortodóncicos de forma más fácil y rápida. Además, eliminan la placa y protegen la bolsa periodontal.

Los irrigadores dentales son especialmente valorados por aquellos usuarios de aparatos de ortodoncia o implantes que necesitan una limpieza más profunda.

Philips / www.philips.es



La máquina de afeitar Philips Serie 9000 consigue los mejores resultados para cada rostro de la forma más cómoda y protegiendo siempre la piel, gracias a la tecnología que incorpora con Inteligencia Artificial. Concretamente, su tecnología SkinIQ se adapta a cada rostro para garantizar el mejor afeitado.

Asimismo, con las nuevas cuchillas SteelPrecision dobles garantiza un apurado perfecto y ofrece la mejor protección y la máxima comodidad para la piel, gracias al revestimiento de protección SkinGlide y a su sensor de presión. Además, con la aplicación GroomTribe conectada por Bluetooth, se puede comprobar la eficacia de los movimientos circulares en tiempo real. Un sensor inteligente detecta la densidad del pelo de la barba, y adapta la potencia de corte.



Rowenta / www.rowenta.es

Brush Activ' Ultimate Care de Rowenta es un cepillo de aire giratorio que ofrece un volumen excepcional a la vez que cuida del cabello, gracias a la temperatura ideal del aire a 80°. Una revolucionaria herramienta de estilismo que seca, moldea, proporciona cuerpo y volumen, y da un brillo deslumbrante al pelo. El brillo se logra gracias a la combinación de un revestimiento cerámico de cuarzo con el efecto antiencrespamiento de los iones y las cerdas naturales del cepillo. Además, el potenciador de volumen combina una salida de aire potente y constante con una rotación rápida del cepillo de 50 mm.

miento de los iones y las cerdas naturales del cepillo. Además, el potenciador de volumen combina una salida de aire potente y constante con una rotación rápida del cepillo de 50 mm.

Remington / www.remington.es

La plancha Proluxe You cuenta con la tecnología Style Adapt, que se adapta, memoriza y aprende la manera en que el usuario se plancha el pelo para ofrecer la temperatura que necesita en cada momento. Su microprocesador registra la temperatura varias veces por segundo para ajustarla de manera que siempre esté a 180°. La plancha adaptable PROluxe You tiene dos perfiles de usuario StyleAdapt para almacenar los datos personalizados de dos usuarios, que pueden almacenar por separado su ajuste preferido de la temperatura. Su revestimiento de cerámica avanzada con diamante contiene 10 veces más cerámica y tiene incrustadas partículas de diamante que distribuyen el calor homogéneamente y consiguen un deslizamiento 5 veces más suave.





Tristar / www.tristar.eu

El secador de pelo HD-2326 de Tristar combina potencia y velocidad para secar y arreglar el pelo en cuestión de minutos. Con 1.600 W, ofrece varias velocidades y ajustes de temperatura. Permite secar el pelo con 2 ajustes de velocidad distintos. La temperatura del flujo de aire puede ajustarse en dos niveles. El secador cuenta con protección sobre calentamiento, filtros extraíbles, cable de 1,7 metros y boquilla estrecha.



Solac / www.solac.com

Sculptural es un masajeador que activa la circulación sanguínea combatiendo así la flacidez. Se trata de un producto inspirado en los aparatos de uso profesional. Sculptural moviliza las grasas localizadas y actúa donde existe una mayor concentración de celulitis. Dispone de cinco cabezales, entre ellos, el nuevo cabezal exfoliante Dry.



Braun / <https://es.braun.com/es-es>

Braun Silk Expert Pro 5 es la herramienta perfecta para tratar el vello del cuerpo de forma permanente. Se trata de una depiladora de luz pulsada que consigue reducir el vello de forma permanente en solo 4 semanas. Permite tratar las medias piernas en 5 minutos, incluye hasta 10 niveles de intensidad y dos modos de suavidad. Además, cuenta con tres modos para ajustar la potencia según la sensibilidad de cada zona. Su tecnología Skin Pro optimiza automáticamente la potencia de cada disparo en función del tono de piel. Dispone de diferentes cabezales de precisión para diferentes zonas del cuerpo. Ofrece hasta 400.000 disparos.



Dyson / www.dyson.es

El moldeador Dyson Airwrap seca, riza, moldea y esconde los cabellos encrespados con el efecto Coanda sin calor extremo. Diseñado para múltiples tipos y estilos de cabello, este moldeador está propulsado por el motor digital Dyson V9, que con 13 cuchillas y 110.000 rpm proporciona un potente flujo de aire con calor controlado. Gracias al efecto Coanda de flujo de aire el moldeador Dyson Airwrap envuelve el cabello alrededor del cilindro

para rizos voluminosos y ondas, utilizando solo aire, sin mecanismos de sujeción ni guantes. Además, el dispositivo usa el aire para atraer y envolver el pelo en el moldeador, o en la superficie del cepillo, como los estilistas profesionales.



Foreo / www.foreo.com/es

El Luna 3 Plus es un limpiador facial diseñado para llevar la rutina de belleza doméstica al siguiente nivel. Su innovación se basa en la incorporación de termoterapia y microcorrientes que limpian el rostro en profundidad, al mismo tiempo que reafirman la piel. Dispone de filamentos de silicona más largos y las famosas pulsaciones T-Sonic, que se combinan con tecnología térmica y una terapia antiaging con microcorrientes que estimulan la piel. El dispositivo cuenta con ocho puntos de contacto. Así, la termoterapia actúa directamente sobre la piel transmitiendo un calor que ayuda a eliminar las impurezas que obstruyen los poros. De esta manera, garantiza una limpieza eficaz respetando el equilibrio de la barrera natural de la piel.

Así, la termoterapia actúa directamente sobre la piel transmitiendo un calor que ayuda a eliminar las impurezas que obstruyen los poros. De esta manera, garantiza una limpieza eficaz respetando el equilibrio de la barrera natural de la piel.



Wahl / <https://es.wahl.com>

La recortadora multiuso Stainless Steel Advanced es la obra maestra de la gama de recortadoras de Wahl: una recortadora inalámbrica con batería de iones de litio para todo el cuerpo. Está equipada con una cuchilla T (40 mm) con rectificado de precisión y afilado automático para recortar superficies grandes. Es adecuada para corte de barba, cuerpo y cabeza. Su tecnología avanzada de iones de litio ofrece una potencia superior para un corte suave. Su autonomía de funcionamiento sin cables, según el fabricante, alcanza los 240 minutos. Se acompaña de 4 accesorios: cuchilla de recortadora (30 mm), cuchilla T (40 mm), afeitadora de láminas, y cabezal rotatorio para nariz y orejas.

El mercado de dispositivos para **Smart Home**, más fuerte que nunca

En 2021, el mercado mundial de dispositivos domésticos inteligentes creció un 11,7% en comparación con 2020, según indica el rastreador mundial trimestral de dispositivos domésticos inteligentes de International Data Corporation (IDC).

■ Los datos de IDC también muestran que durante el año pasado se vendieron más de 895 millones de dispositivos destinados a equipar las viviendas y acercar los hogares a lo que se conoce como Smart Home. Además, las previsiones apuntan a que esta tendencia de crecimiento seguirá en alza durante los próximos cinco años, ya que se espera que los consumidores sigan ampliando el ecosistema inteligente de sus viviendas para lograr experiencias conectadas más sofisticadas. Asimismo, otro elemento que impulsará el crecimiento de dicho mercado es la alta penetración de la banda ancha, así como el creciente número de redes domésticas inalámbricas. En este sentido, Adam Wright, analista senior de investigación para el programa de consumidores de IoT en IDC, asegura: “Durante la pandemia, los dispositivos domésticos inteligentes demostraron su mérito al agregar un valor significativo a la vida de las personas en el hogar. Así, lograron aliviar el aislamiento social, mejorar la seguridad del hogar y brin-



dar comodidad y entretenimiento, entre otros beneficios”. A lo que añade: “Animado por una fuerte demanda, el mercado está preparado para un crecimiento sólido a pesar de las continuas interrupciones de las cadenas de suministro, la logística y las economías desiguales en todo el mundo”. Sin embargo, a pesar de la fuerza que está ganando el concepto Smart Home entre la ciudadanía, muchos consumidores todavía se muestran reticentes a digitalizar sus hogares. Esta desconfianza se atribuye a motivos relacionados con la privacidad y la seguridad. Esto, junto con el coste y la interoperabilidad, limitará, en parte, el desarrollo de este mercado de cara al futuro.

Mercado global de productos Smart Home

La región de Europa Occidental fue la que experimentó un mayor crecimiento interanual en cuanto a volumen de ventas. En concreto, se registró un sólido aumento del 14,8%. No obstante, América del Norte fue la zona con mayor número de unidades vendidas y experimentó un crecimiento del 11,4%. A esta le sigue la región de Asia y el Pacífico, con el 31% de los envíos y una tasa de crecimiento interanual del 10,8%. Finalmente, América Latina obtuvo un aumento del 11,2% en unidades vendidas. Sin embargo, junto con Europa Occidental, son las dos zonas del estudio con menor porcentaje de cuota de mercado.

Los dispositivos más demandados

Aquellos productos relacionados con el entretenimiento de vídeo en red, como televisores inteligentes, dispositivos de transmisión y decodificadores conectados a internet, fueron líderes absolutos en unidades vendidas durante 2021. En concreto, se vendieron 310,7 millones de unidades y se alcanzó una cuota de mercado del 35%. Además, IDC pronostica que esta clase de dispositivos crecerá un 3,8% entre este año y 2026. Los dispositivos destinados al monitoreo y la seguridad del hogar fueron la segunda clase de productos más vendidos. En total se vendieron 184,8 millones de unidades y se alcanzó una cuota de mercado del 21%. Asimismo, se prevé una tasa de crecimiento anual compuesto a cinco años del 10,6%. Por su parte, los dispositivos domésticos inteligentes relacionados con la iluminación se sitúan en tercer lugar en cuanto a unidades vendidas. En este caso se vendieron 85,7 millones de dispositivos. Además, representan una participación en el mercado del 10%, mientras se espera que de aquí a 2026 su tasa de crecimiento gire en torno al 23,6%.

Finalmente, todas las demás categorías incluidas en el mercado de dispositivos domésticos inteligentes representaron una cuota de mercado del 35% y, en total, vendieron 314,6 millones de unidades. www.idc.com

“IFA is the hub for the world of consumer electronics and the opportunity for intensive exchange”

Jörg Bauer
COO MediaMarktSaturn
Germany

MediaMarktSaturn

“IFA is and remains the most important platform for new and innovative electronics products in the industry.”

Dr. Stefan Müller
CEO

expert 

“Especially with a view to this year’s Football World Cup, which will be played at the unusual winter time, the year-end business in the consumer electronics sector promises to be particularly exciting.”

Benedict Kober
Spokesman for the
Management Board

 euronics

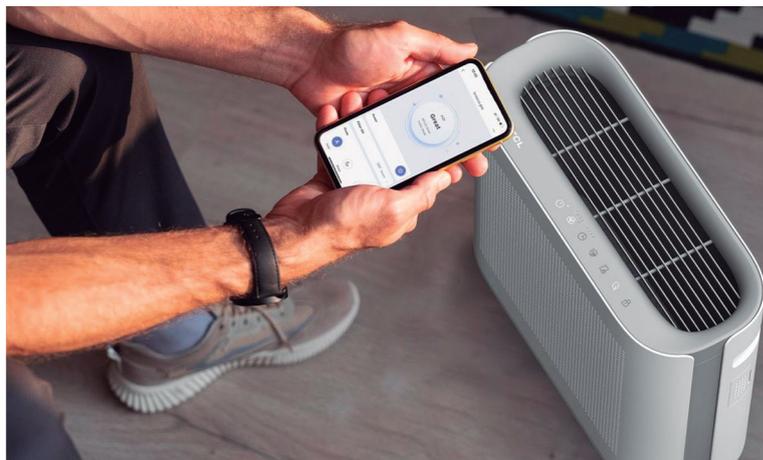
READY, STEADY, SHOW!





Haier / www.haier-europe.com/es

La nueva serie de frigoríficos conectados de Haier es capaz de adaptar la temperatura del interior del electrodoméstico automáticamente cuando el usuario está en el supermercado. Esto es posible gracias a la aplicación hOn, que activa la geolocalización y calcula el tiempo que el usuario necesita para volver a casa desde el supermercado. Así, el sistema Proactivo de Ajuste de la Temperatura de los frigoríficos se prepara para que, una vez introducidos los alimentos recién comprados, se restablezca la temperatura ideal hasta un 73% más rápido. De este modo, se consigue una óptima conservación de los alimentos y se evitan gastos energéticos innecesarios.



TCL / www.tcl.com/es

Los nuevos modelos de purificadores de aire de la serie Breeva Pro de TCL destacan por su conectividad. En este sentido, gracias a la aplicación TCL Home App, el usuario puede tomar el control total del purificador de aire a distancia. En concreto, permite programar la limpieza, comprobar los datos históricos de la calidad del aire y hacer un seguimiento de la vida del filtro. Todo ello, directamente desde un smartphone. También funciona con control por voz Alexa y Google Assistant.



Cecotec / www.storececotec.com/es

La gama de robots aspiradores Conga de cecotec también cuenta con modelos altamente conectados. Ejemplo de ello es el nuevo Conga 5290 Ultra, que destaca por contar con tecnología láser y ser capaz de ejercer hasta cuatro funciones de limpieza simultáneamente: barrer, aspirar, pasar la mopa y fregar el suelo. Sin embargo, su mayor ventaja es que gracias a la conexión WiFi que posee y a la compatibilidad con una aplicación de la firma, permite programar las sesiones de limpieza, la potencia de succión y el nivel de caudal del fregado. También dispone de planes programables y es capaz de escanear y mapear la casa para dar con la mejor ruta. Detecta obstáculos y escaleras. Además, su limpieza por áreas permite seleccionar las zonas concretas que se desea limpiar o aquellas que requieren una limpieza mucho más profunda.



Hisense / www.hisense.es

Recientemente, Hisense ha anunciado su nueva serie de televisores inteligentes UHD 4K A63H, con inteligencia artificial mejorada y el sistema operativo VIDAA U5. Los cuatro modelos de dicha serie destacan por disponer de una mayor conectividad. En este sentido, su mando a distancia con control por voz integrado con compatibilidad con Alexa, Vidaa Voice o Google Smart Home, permite controlar la Smart TV de la manera que sea más cómoda para el usuario. Y con el sistema One

Touch Access incluido en el mando, las aplicaciones más usadas dispondrán de un botón de acceso directo. Asimismo, incorporan conexión WiFi Dual Band y Bluetooth, que permiten conectar dispositivos de forma inalámbrica.



Taurus / www.taurus-home.com

Con el objetivo de sumarse a la creciente tendencia de la conectividad, Taurus lanzó su aplicación Taurus Connect, una plataforma que permite a los usuarios controlar todos los aparatos de calefacción, purificadores y robots aspiradores de la marca. Con ella, los consumidores podrán conocer desde un mismo lugar el estado de los electrodomésticos, así como la temperatura, humedad o calidad del aire de su hogar o de una estancia en concreto. Ejemplo de ello es el nuevo climatizador inteligente Top Temp Connect, que permite controlar el ambiente desde el Smartphone a través de la app Taurus Connect.



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

El nuevo Deco X50 de TP-Link, un sistema Mesh con Wi-Fi 6, está diseñado para ofrecer un gran salto en cobertura, velocidad y capacidad. De hecho, alcanza velocidades de hasta 3 Gbps: 574 Mbps en la banda de 2,4 GHz y 2.402 Mbps en la de 5 GHz. Disponible en packs de 2 o 3 unidades (según las dimensiones del hogar al que se deba dar cobertura), es apto para conectar hasta 150 dispositivos. Por su parte, la tecnología Mesh de TP-Link logra que las diferentes unidades trabajen juntas para formar una red unificada que permite que los dispositivos se conecten automáticamente al Deco más rápido a medida que el usuario se mueve por el hogar.



Whirlpool / www.whirlpool.es

Whirlpool amplía la gama Absolute de su catálogo con el nuevo horno eléctrico de encastre AKZ 9480/NB. Este electrodoméstico destaca por ser capaz de asistir al usuario a lo largo de todo el proceso de cocinado. En concreto, incorpora una sonda térmica que permite un control total del cocinado de manera sencilla y precisa. De hecho, solamente se debe configurar la temperatura deseada y colocar la sonda en el interior del alimento. Así, cuando el alimento alcance el punto de cocción indicado, el horno se lo hará saber al usuario.



Ring / www.es-es.ring.com

La cámara de seguridad HD Ring Stick Up Cam Plug-In con comunicación bidireccional, permite hablar, ver y escuchar a personas y mascotas desde un teléfono, tableta o determinados dispositivos Echo. Con alimentación por cable y apta tanto para interiores como exteriores, permite ajustar la configuración de detección de movimiento al gusto y según las necesidades de cada usuario, de este modo, se recibirá una notificación cada vez que el dispositivo detecte algo inusual. También ofrece la posibilidad de ver vídeo en directo, ya que su alimentación continua le proporciona batería constante. Finalmente, es compatible tanto con Alexa como con la montura orientable Ring, que permite mover la cámara de forma remota.



Netatmo / www.netatmo.com/es

El Termostato Inteligente de Netatmo permite conocer y regular la temperatura del hogar en tiempo real a través del smartphone. Dispone de modo Ausente y modo Antihielo, y su función Auto-Adapt tiene en cuenta la temperatura exterior y las características térmicas del hogar. También está habilitado para el control por voz y ofrece la posibilidad de consultar el historial y elaborar un Balance de Ahorro Energético personalizado para optimizar el consumo de energía según las necesidades y los hábitos de cada hogar. Además, las Válvulas

Termostáticas Inteligentes que incorpora permiten establecer un programa de calefacción diferente en cada habitación. Asimismo, cuenta con una función de detección de ventanas abiertas.



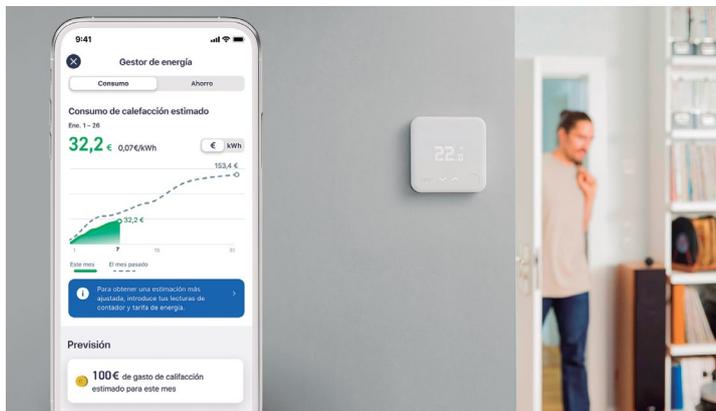
Nuki / www.nuki.io/es

Nuki Smart Lock 3.0 es la última incorporación al catálogo de cerraduras inteligentes de Nuki. Este dispositivo, con el pomo hecho en plástico de alta calidad, permite utilizar el Smartphone como llave para acceder de forma automática, segura y cómoda al hogar. Gracias a las funciones Auto Unlock y Lock'n'Go, la puerta se abre y cierra al entrar y salir de casa, sin necesidad de sacar el smartphone del bolsillo. Con una fácil instalación y elevados estándares de seguridad, es compatible con todos los productos de la gama de accesorios Nuki. Además, a través de Nuki Bridge (disponible de forma adicional), puede gestionarse la cerradura inteligente remotamente.



Amazon / www.amazon.es

El enchufe conectado Echo Flex forma parte de la familia de productos inteligentes que equipan el asistente por voz Alexa. Con un diseño compacto y funcional, se puede activar fácilmente solo con conectarlo a la corriente. Una vez activado, el Flex se enlaza a la red WiFi y puede añadirse a los dispositivos Amazon mediante la aplicación para controlar los aparatos compatibles con la voz. Solamente incorpora dos botones y un piloto de luz. El LED indica si el Echo Flex está apagado, en modo escucha o en stand by. Por su parte, las teclas que incorpora sirven para apagar el micrófono y como botón de acción. También dispone de dos puertos: uno de salida jack en el lateral, para conectarlo a altavoces externos y otros dispositivos, y otro USB en la parte inferior.



tado° / www.tado.com/es

La aplicación de tado° pone en marcha la nueva función "Previsión de costes", disponible para todos los usuarios de Auto-Assist que tengan un termostato inteligente conectado a su caldera. Se trata de la primera solución en crear un vínculo tangible entre el comportamiento de la calefacción y los costes reales. En concreto, la temperatura y los ajustes de la aplicación tado° se alimentan con los datos del con-

tador de electricidad o gas y se vinculan con algoritmos especialmente desarrollados para esta función. Así, esta herramienta muestra una previsión del gasto mensual basada en los datos introducidos.

Pequeños electrodomésticos al servicio de la buena mesa

La comida es uno de los mayores placeres que podemos disfrutar. En los últimos tiempos, los electrodomésticos han abierto numerosas posibilidades a la hora de preparar diferentes propuestas culinarias, pero especialmente para una alimentación más saludable.

■ El desarrollo de la humanidad ha estado siempre muy vinculado a la cocina. Los primeros pobladores de la tierra eran nómadas, iban detrás de la caza. El descubrimiento de la agricultura y del fuego les dio estabilidad y también desarrollo a todos los niveles. Desde entonces hasta nuestros días, el gusto por la cocina, entendiendo esta como la preparación de los alimentos, ha ido evolucionando en paralelo al desarrollo de las sociedades. De tal manera que basta ver cualquier programa televisivo de recetas para comprobar el grado de sofisticación logrado en tantos años de evolución.



Las tradicionales freidoras de aceite están a punto de pasar a la historia gracias al boom de los modelos de aire

Pero estos avances y este refinamiento culinario del que hoy disfrutamos no habrían sido posible sin los pequeños electrodomésticos de cocina que, en gran medida, son los que, con sus prestaciones, permiten la elaboración de los diferentes platos.

La cocina saludable se consagra

Controlar lo que se come es muy importante si queremos cuidar nuestra salud. Tras la constatación de que muchos de los alimentos ultraprocesados están detrás

de numerosos problemas de salud, cocinar de forma saludable, más que una tendencia se ha convertido ya en el nuevo estándar de la preparación de alimentos. Así, preparar platos con menos grasas y mediante procesos que hacen que los alimentos conserven sus propiedades y nutrientes, sin conservantes y de forma sana y natural ha venido para quedarse. El confinamiento nos enseñó que podemos hacer yogures o pan en casa, disfrutando y controlando el proceso desde su origen. También que hay todo un mundo por descubrir en lo que a recetas se refiere y que los robots de cocina son para ello los mejores pinches.

Esto se constata con el repunte en las ventas de determinados productos como nos explican los propios fabricantes de PAE.

Así, por ejemplo, Cecotec destaca las ventas de robots de cocina, como su modelo Mambo, y desde 2021, las freidoras

dietéticas. Por su parte, Jata recuerda la apuesta que desde hace años venían haciendo por la cocina sana con sus planchas y destacan que la pandemia ha acelerado el culto por la comida sana, por lo que de tres años a esta parte la demanda ha aumentado considerablemente.

Desde Sogo también destacan el éxito actual de las freidoras de aire, por su facilidad de uso y por sus buenos resultados. Por su parte, Ufesa menciona la creciente presencia en el mercado de dispositivos de cocina para elaborar recetas con menos grasas, menos aceites añadidos o directamente recetas vegetarianas o veganas. Por eso, para adaptarse a esta realidad en Ufesa han lanzado recientemente productos como la freidora de aire Phantom, las batidoras de vaso para elaborar batidos y smoothies o los robots de cocina que, ahora ofrecen también recetas veganas.

Para los fabricantes, en el caso del PAE de cocina resulta fundamental la figura del profesional prescriptor, el cocinero mediático o el nutricionista experto que enseña a usar el producto y muestra sus bondades.

Las marcas de pequeño electrodoméstico también coinciden en que el gusto por la comida sana y por determinados tipos de recetas está detrás del desarrollo de nuevos productos que sirvan para dar respuesta a dichas necesidades. En este sentido, si las freidoras de aire parecen estar sustituyendo a las freidoras de aceite profesionales, quién sabe si futuras investigaciones no darán pie a nuevos productos. En este sentido, jugamos con ventaja, ya que el de la gastronomía es uno de los sectores más innovadores, con numerosos referentes en el camino iniciado por Ferran Adrià que así lo demuestran.

En las páginas siguientes ofrecemos una selección de pequeños electrodomésticos que tienen en común su visión más saludable de cocinar.

Gracias al PAE para una cocina sana sabemos no es necesario renunciar a determinados platos, como las patatas fritas (página anterior), para cuidarse; y que hay muchas maneras de sacar partido a los alimentos saludables como la papaya.



Cecotec

Freidora sin aceite Cecofry Advance Double



Salta a la vista que entre las características principales de la freidora sin aceite Cecofry Advance Double, destaca su gran capacidad, de 9 litros, gracias a sus dos cestillos independientes de 4,5 litros cada uno. Ello le permite preparar toda la comida en una sola tanda, hasta medio kilo en cada una de las cubetas. En este sentido, permite preparar una gran cantidad de comida a la vez o dos recetas al mismo tiempo, ya que cada cubeta cuenta con su propia zona de cocción independiente.

Asimismo, la tipología de producto le permite cocinar los alimentos sin prácticamente aceite. De esta manera, basta una sola cucharada para preparar platos deliciosos con menos contenido graso, y más sanos, ya que se mantienen las propiedades de los alimentos.

La freidora Cecofry Advance Double tiene una potencia de 2.850 W, suficiente para preparar una amplia variedad de platos de forma rápida, sencilla y saludable. Además, su termostato permite regular la temperatura de cocción entre 80 y 200 grados para poder adaptarse a las diferentes recetas y lograr así el punto deseado en función del alimento que se esté cocinando.

Además de la temperatura, este electrodoméstico permite también fijar los ajustes ideales con el modo de cocina fácil. Esta función libera al usuario de tener que estar pendiente de controlar tiempos y temperaturas. Esta modalidad contempla 6 opciones preconfiguradas que establecen el tiempo y la temperatura necesarios de forma automática para cocinar distintos tipos de alimentos. Igualmente, se pueden preparar dos recetas a la vez ya que sus modos son independientes en cada una de las cubetas. Incluso, se puede cocinar solo en una de las cubetas, cuando no se necesite preparar gran cantidad de alimentos.

Más detalles de la nueva freidora sin aceite de Cecotec

La tecnología que utiliza Cecofry Advance Double, denominada PerfectCook, es una tecnología de aire caliente avanzada que consigue resultados excepcionales. Basta simplemente con introducir los alimentos en el cestillo y programar los ajustes, para tener la comida lista a su finalización.

Finalmente, Cecofry Advance Double presenta un diseño moderno y compacto que incluye un panel de control táctil multifunción desde el que seguir paso a paso el proceso de elaboración de los diferentes platos.



Ufesa



La freidora de aire **Phantom** es uno de los productos más destacados de la marca en el segmento de cocina sana actualmente. Se trata de una freidora de aire, ideal para cocinar recetas saludables y ligeras, ya que ha sido diseñada para reducir al mínimo la cantidad de grasa en la preparación de alimentos. El resultado son platos ricos y sabrosos, pero con menos calorías y mucho más saludables.

Entre las características de esta freidora de aire de Ufesa destacan sus cinco 5 litros de capacidad que le permiten cocinar para toda la familia y cualquier tipo de producto. Asimismo, está equipada con Smart Control Wifi, lo que le permite acceder a una gran cantidad de recetas a través de la aplicación de Ufesa. Además, también incorpora ocho programas preestablecidos: patatas fritas, carne, pescado, pollo, hornear, pizza, verduras y gambas.

Los alimentos cocinados con la freidora de aire Phantom presentan una textura muy similar a la de las recetas elaboradas en freidoras tradicionales. Sin embargo, en este caso, no se percibe el exceso de aceite en absoluto. Finalmente, destaca su diseño moderno y cuidado.

www.jata.es

Jata



La freidora sin aceite **JEFR1225**, de 5 litros de capacidad, dispone de hasta ocho programas de cocinado para preparar de forma sana diferentes platos. Este electrodoméstico con temperatura constante por circulación rápida del aire, cuenta con control de temperatura ajustable (máximo 200°C), gran panel de control digital y selector de tiempo / temperatura. Asimismo, incluye cestillo antiadherente, compatible con cualquier lavavajillas y temporizador de 30 minutos.

De diseño compacto y elegante que encaja en cualquier cocina, la freidora sin aceite de Jata está fabricada con plástico libre de BPA.

El aparato tiene una potencia de 1.300 W y un voltaje de 230 V.

Sogo

La freidora de aire sin aceite **SS-10465** de Sogo permite cocinar todo tipo de platos de una manera más saludable y con menos contenido graso. Esta freidora de aire de última generación ofrece numerosas posibilidades la hora de cocinar. Entre sus características figuran su capacidad de 10 litros, control de temperatura de entre 65 y 200 °C y protección frente al sobrecalentamiento.



Asimismo, incluye un temporizador de hasta 60 minutos (hasta 24 horas en modo deshidratador); función giratoria para asador y cesta giratoria con función de inicio y parada; ventana de vidrio para una mayor durabilidad; luz interior; soporte de bandejas de cinco niveles; pantalla táctil con iluminación LED y timbre de auto listo. Igualmente, completan las características de la freidora sin aceite TSS-10465 de Sogo, ocho menús predefinidos; accesorios desmontables aptos para lavavajillas y patas antideslizantes para una mayor estabilidad.



Solac/ www.solac.com

Solac Lévider es una freidora de aire que cocina con el 99% menos de grasa. Ello es posible gracias a su sistema de circulación de aire, que permite obtener fritos y asados sabrosos con el mínimo aceite. Entre sus características destacan sus 1.500 W de potencia, o el regulador de temperatura, entre 80 y 220° para cocinar cada receta perfecta.

Esta freidora de aire de Solac permite realizar numerosos platos, ya que a las clásicas frituras de patatas o filetes empanados, añade su uso como minihorno, para cocinar, por ejemplo: pollo asado, verduras o bizcocho.

Además, su capacidad de 2,5 litros son suficientes para toda la familia ya que permite cocinar hasta 750 gramos de patatas de una sola vez. Por último, para facilitar su uso, Solac Lévider incluye un temporizador de 30 minutos. Asimismo, cabe añadir que la cesta es extraíble y apta para lavar en el lavavajillas.



Philips / www.philips.es

Airfryer XL es la nueva freidora de aire de la marca con 6,2 litros de capacidad para cocinar hasta cinco raciones. Gracias a su conectividad permite sacar el máximo partido mediante la aplicación NutriU. Basta seleccionar la receta deseada entre las cientos de propuestas de la App y enviarla a la freidora para que ella, una vez introducidos los alimentos, se encargue de todo. Cuando la comida está lista avisa al usuario. Todas las recetas que incluye NutriU han

sido desarrolladas por expertos nutricionistas para el día a día. La freidora también es compatible con Amazon Alexa, lo que permite controlarla por voz.



Moulinex/ www.moulinex.es

El robot de cocina Click & Cook de Moulinex consigue recetas saludables, variadas y deliciosas. Así, incluye hasta 600 recetas integradas, pantalla táctil e intuitiva de 7 pulgadas, báscula de cocina digital lateral, 10 programas automáticos, 7 accesorios (cuchilla picadora, mezclador, batidor, cesta de vapor interna/externa, espátula, taza de medición) y 3,6 litros de capacidad. Además, dispone de un buscador por ingredientes o por receta, y permite tener las recetas preferidas guardadas en "favoritos". Con sus 32 funciones, también resulta extremadamente versátil, ya que permite cocinar, mezclar, amasar, batir, picar hielo, cortar, moler, cocinar al vapor y mucho más.

Taurus / www.taurus-home.com

La licuadora compacta de extracción lenta Liquajuce de Taurus realiza un prensado suave y lento de frutas, verduras y hortalizas. De esta forma conserva todos sus nutrientes. Ello es posible, gracias a su tornillo exprimidor que prensa, no tritura, y exprime sin oxidación ni calentamiento. Así es posible disfrutar de los jugos más deliciosos, frescos, naturales y con todos los nutrientes y vitaminas.





Braun / www.braunhousehold.com

Con la llegada del buen tiempo apetecen comidas sanas y refrescantes como las que prepara la batidora de vaso Braun PowerBlend 9, que incluye seis programas de mezclas (incluyendo sopas calientes) y permite seleccionar de cada uno, entre tres grados de textura (suave, media o gruesa). Su tecnología TriAction permite mayor rapidez y finura en los resultados. Asimismo, su jarra de diseño triangular garantiza que los ingredientes vayan más rápidamente a la zona de mezcla. Otras características

incluyen velocidad del motor de 45.000 rpm., cuchillas de precisión diseñadas y fabricadas por expertos en Solingen, Alemania, que permiten desmenuzar ingredientes duros en segundos; y materiales duraderos como acero y Tritan.



Sage Appliances / www.sageappliances.com

The Fast Slow Go es una olla electrónica con 14 programas de cocción. Se puede utilizar para cocinar a presión, a fuego lento, saltear, cocinar al vapor, guisar, hacer risottos y mucho más. The Fast Slow Go permite incluso utilizar dos nuevas funcionalidades para hacer yogur y cocinar al vacío. Su diseño de acero inoxidable con triple sistema de seguridad incluye una válvula de liberación de presión, una válvula de seguridad por sobrepresión y un pasador de bloqueo de seguridad. Cuenta con un recipiente de cocción de acero inoxidable con 6 litros de capacidad y una rejilla, lo que permite al consumidor abrir fácilmente la tapa y meterla en el lavavajillas para facilitar su limpieza.



Panasonic / www.panasonic.com/es

La olla arrocera/vaporera SR-DF101 Fuzzy Logic de Panasonic tiene 1,8 litros de capacidad e incluye seis programas de cocción predeterminados además de la función para mantener caliente. También dispone de medidor, cuchara para arroz y cestillo de vapor. El recipiente interior está realizado en aluminio con recubrimiento gris antiadherente. El panel de control incorpora un botón de un solo toque que facilita su uso. La tecnología avanzada Fuzzy Logic con microordenador permite ajustar la potencia y el tiempo de cocción de manera automática. Gracias a ello consigue un resultado preciso y homogéneo en cada uso.



Beko / www.beko.com/es-es/

La tecnología de batido al vacío de la batidora de vaso TBV8106BX de Beko elimina el aire del interior de la jarra antes de batir, con lo que se evita la oxidación de los alimentos y se conservan las vitaminas. Como resultado, además de conservarse la mayor parte de las vitaminas y los nutrientes, el jugo se mantiene fresco durante más tiempo. Asimismo, la función Ice-Crush permite disponer de hielo picado en cuestión de segundos con solo pulsar un botón. Incluye una botella portátil fabricada en Tritan, material muy resistente con tapa y una ranura para beber que evita que se derrame el contenido.



Russel Hobbs / <https://es.russellhobbs.com/>

La Vaporera compacta Kitchen Collection de Russell Hobbs cocina al vapor en tres niveles, tanto carne y pescado, como verduras. Fabricada en acero inoxidable cepillado en negro mate, es ideal para elaborar recetas de manera sencilla sin renunciar a la dieta saludable. Entre sus ventajas destacan los 7 litros de capacidad que posee, un temporizador de 60 minutos y una función de apagado automático de seguridad. También incluye un práctico cuenco destinado al preparado del arroz. Además, es fácil de desmontar, sus recipientes están libres de BPA, y son aptos para el lavavajillas.



Bosch / www.bosch-home.es

La gama de productos SmartGrow de Bosch es una innovadora solución todo en uno para el cultivo de plantas en el hogar. Se ajusta automáticamente según el agua y la luz que las plantas necesitan gracias a la combinación de un sistema hidropónico patentado y de iluminación LED inteligente de bajo consumo. De esta forma se optimizan las condiciones durante toda la fase de cultivo. Junto al aparato se comercializan cápsulas de semillas SmartGrow con distintas variedades de hierbas, brotes, hojas de ensalada y flores comestibles. Las cápsulas cuentan con garantía de germinación. Poder cultivar plantas en casa para consumo propio es una experiencia única y muy saludable.

La **IFA 2022** vuelve presencialmente a Berlín, en septiembre, como la gran feria del sector

El pasado 27 de abril, en formato virtual, tuvo lugar la conferencia de prensa internacional para dar a conocer los detalles de la edición de este año, prevista del 2 al 6 de septiembre en Berlín. La misma estuvo protagonizada por Jens Heithecker. Director Ejecutivo de IFA y Vicepresidente del Grupo Messe Berlin.

■ Tras dos años extraños, marcados por la pandemia con una edición semipresencial en 2020 y otra que no se llevó a cabo en 2021, la IFA regresa con toda su fuerza y total normalidad este año. Jens Heithecker dijo que es hora de volver a la normalidad, a reencontrarse cara a cara y de reconectar con retailers y consumidores.

En este sentido, destacó las ganas que la distribución tiene de volver a recuperar la IFA como antes de la pandemia.



Jens Heithecker.

De hecho, para muchos de los minoristas y grupos de compra que acudirán a IFA Berlin 2022, será la primera oportunidad de conectar personalmente con marcas y fabricantes de la industria. Además, la celebración de la muestra coincide con el momento en que los fabricantes y las marcas se preparan para lanzar nuevos productos. Y ello en un contexto en el que el hogar ha adquirido una especial importancia, ahora también convertido en lugar de trabajo.

Expectativas del retail

Entre los retailers que destacan el papel de IFA está Till von der Osten, director comercial de AO Alemania, quien señala: "Sin la IFA, faltaría uno de los eventos más importantes de la industria para el comercio. Para nosotros, el evento de este año es un punto culminante especial. Esto se debe a que será posible experimentar la innovación de primera mano e intercambiar ideas in situ de nuevo".



También cabe destacar la opinión de Jochen Pohle, director de ventas minoristas de EK/servicegroup eG, que ha declarado: “Nuestros minoristas y nosotros mismos esperamos las innovaciones y tecnologías de productos internacionales, las nuevas tendencias y el gran infoentretenimiento. Lo que causa sensación entre el público en Berlín, posteriormente dejará su huella en los minoristas locales. Así que estar allí significa asegurar una ventaja competitiva. Y de eso se trata esta feria comercial para nosotros. Además, naturalmente estamos aprovechando la oportunidad para presentar la gama de productos y servicios de EK al comercio».

Finalmente, Karl Trautmann, Miembro de la Junta Ejecutiva de ElectronicPartner, apunta: “En los últimos dos años hemos aprendido que muchas cosas se pueden implementar virtualmente, pero también hemos visto que esto no funciona por dos cosas. Primero, porque las personas quieren comunicarse personalmente, y segundo, porque quieren experimentar con los productos. Por eso esperamos la IFA 2022 en formato físico”.

Más detalles de IFA 2022

Igualmente, la IFA 2022 sumará lo positivo aprendido en estos dos últimos años. Ello se traducirá en un espacio virtual con un programa online que servirá para mostrar las conferencias y presentaciones de las marcas que tendrán lugar físicamente en la Messe Berlin. Así, Heithecker anunció que el presidente y CEO de Qualcomm, Cristiano

R. Amon será el encargado de pronunciar la conferencia inaugural de la IFA este año. Igualmente, se refirió a la colaboración con la muestra Berlin Foto Week que, por ejemplo, permitirá celebrar coincidiendo con la IFA, el 75 aniversario de la agencia Magnum.

También recordó el apoyo y la participación en la muestra de importantes asociaciones de fabricantes de productos electrónicos de diferentes países, especialmente alemanes y coreanos. El director ejecutivo de IFA incidió, igualmente, en el perfil del nuevo consumidor que no abandona el canal presencial y que quiere lo mejor de los dos mundos, el digital y el físico, porque la experiencia virtual es un complemento de la experiencia real.

Tendencias de mercado

En la rueda de prensa también intervinieron Paul Gray y Norbert Herzog, de las consultoras Omdia y GfK, respectivamente. El primero destacó cómo el crecimiento del sector Gaming está impulsando las ventas de televisores conectados.

Por su parte, el representante de GfK señaló el crecimiento del 12% del sector electro a nivel global en 2021, a pesar de la crisis de materias primas y logística. Igualmente, apuntó a una desaceleración importante del 75% para este 2022, por la guerra de Ucrania y la inflación.

A pesar de este escenario en recesión, Herzog señaló oportunidades, por ejemplo en el segmento de productos para el teletrabajo; o en el de los electrodomésticos premium que aguantan mejor la caída del mercado. El representante de GfK dijo que el consumidor busca cosas nuevas y está dispuesto a pagar por lo que le aporte algo innovador y beneficioso. En este sentido, puso el ejemplo de las lavadoras con mayor eficiencia energética cuya diferencia de precio superior están dispuestos a asumir los consumidores.

Grandes firmas de electrodomésticos participan en Casa Decor 2022

Casa Decor, uno de los principales encuentros del ámbito del interiorismo y el diseño, está celebrando su trigésimo cumpleaños. El evento, ubicado en la Calle Goya 89 de Madrid, se inauguró el pasado 7 de abril y mantendrá sus puertas abiertas hasta el próximo 22 de mayo.

■ La presente edición de Casa Decor cuenta con 57 espacios decorados tanto por profesionales consagrados como por jóvenes promesas del interiorismo. Cada uno de estos espacios cuenta una historia y trata de mostrar un nuevo concepto habitacional, donde los materiales, el mobiliario, los textiles y, por supuesto, los electrodomésticos, materializan la idea del proyecto.

Para el desarrollo de Casa Decor 2022 se han unido más de cien interioristas, arquitectos, diseñadores, paisajistas, artistas y artesanos, para trabajar en colaboración con las 160 empresas implicadas en el evento.

El sector de los electrodomésticos en Casa Decor 2022

Al tratarse de una exposición enfocada en las tendencias de diseño y tecnología del entorno doméstico, grandes



La nueva colección Matt Black de AEG, el espacio DICA de Casa Decor 2022.

firmas del sector de los electrodomésticos están participando en Casa Decor 2022. Ya sea aportando algunos de sus productos más innovadores en diferentes espacios de la exposición y/o mediante pequeños encuentros destinados a hablar sobre actuales tendencias referentes a algunos espacios del hogar.

Es el caso de AEG, que presenta la colección de electrodomésticos de cocina Matt Black, premiada en los Red Dot Design Award de 2021.

Los productos que se incorporan a la exposición son el horno a vapor Steam Pro serie 9000, el horno multifunción compacto 8000 CombiQuick, la cafetera integrada automática serie 9000, el frigorífico 7000 Cooling 360° y el purificador de aire AEG AX9. Estos pueden encontrarse en el espacio DICA de la exposición, que muestra cómo el espacio para cocina se fusiona completamente en el hogar. Finalmente, AEG también está presente en el espacio Bang & Olufsen de Cristina Ramírez de Ganuza y Jerome Le Fouillé de Disak Studio. En este caso, aporta su vinoteca SWB66001DG a un espacio presentado como una auténtica sala de cine inspirada en el interior de un coche de alta gama. Por otro lado, Siemens aprovecha su presencia en Casa Decor 2022 para desvelar las principales tendencias en cocina para este año. Entre otras, destacan los electrodomésticos 100% integrados y los materiales eco. Asimismo, gracias a su nueva gama de electrodomésticos studioLine, la firma ofrece cocinas llenas de practicidad, estilo e innovación.

En este sentido, los espacios de la exposición que cuentan con la presencia de Siemens son protagonizados por la integración y la funcionalidad de los electrodomésticos que incorporan. Este es el caso del extractor de encimera de cristal que solo es visible cuando lo necesitas; las placas FlexInducción con extractor integrado, que integran perfectamente el extractor dentro de la placa para un diseño limpio en cocinas abiertas; los hornos que combinan funciones de horneado con microondas para cocinar en la mitad de tiempo; y los hornos que se abren automáticamente mediante control por voz.

Siemens está presente en tres espacios diferentes de la feria: SixtyPro, que presenta lugares para compartir momentos y proyectar la imaginación; Andreina Raventós, que escenifica una cueva moderna diseñada con materiales sostenibles; y la zona BC3, que presenta cocinas de la mano de EleRoom62 apostando por la unión entre el diseño y la integración.



Electrodomésticos de la gama studioLine de Siemens en el espacio SixtyPro

En cambio, la presencia de Beko se centra en ofrecer sus mejores soluciones de electrodomésticos de encastre de la mano de propuestas de hasta tres diseñadores: Tegar Mobel por José Lara; Mandalay de Fran Cassinello; y Neolith de Jean Porsche. Concretamente, la firma aporta seis electrodomésticos: un microondas grill integrable negro con marco inox; una placa vitrocerámica negra; la lavadora de integración ProSmart de 8 kg y 1400 rpm; la lavadora Aquatech ProSmart SteamCure con Refrescado Bluetooth, 9 kg y 1400 rpm; el frigorífico Combi NeoFrost DualCooling Harvest Fresh; y el grupo filtrante inox.

Además, en el marco de Casa Decor 2022, Beko organizó "Diseño y cocina; hacia un nuevo paradigma", un encuentro destinado a hablar y debatir sobre las nuevas tendencias en el diseño de la cocina. Todos los implicados coincidieron en la estética que los electrodomésticos aportan a dicho espacio está ganando relevancia. Por ello, las nuevas dinámicas han impulsado a reinventar, también, los electrodomésticos.

También, Miele pone a disposición de los visitantes de la exposición tres productos que se caracterizan por su eficiencia energética. Se trata de la secadora TWR 780, la lavadora WWR 860 y el lavavajillas G7970 SCVI, todos ellos presentados en el espacio de Delta Cocinas.

Sin embargo, la participación de Miele en Casa Decor 2022 no concluye aquí, ya que también organizó el encuentro "Cocinas Sostenibles", destinado a abordar la importancia de crear espacios de cocina cada vez más responsables con el planeta.



ISE - Integrated Systems Europe

ISE, la exhibición audiovisual y de integración de sistemas más grande del mundo, se celebró en Barcelona del 10 al 13 de mayo de 2022. Dicho escaparate reunió a fabricantes y proveedores de servicios que presentaron las últimas innovaciones en tecnología AV profesional. El evento contó con seis Zonas Tecnológicas en las que más de 800 expositores, como Google, Panasonic, Samsung o Sony, mostraron lo último en el AV multipropósito. Durante la celebración de ISE 2022 también se llevó a cabo el mayor evento internacional dedicado a la transformación de la industria a través de tecnologías disruptivas: IOT Solutions World Congress (IOTSWC).



C&R - Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración

La próxima edición del C&R se celebrará del 14 al 17 de noviembre de 2023. Dicha decisión ha sido meditada y tomada a conciencia y da continuidad a las fechas del evento en 2021, que se trasladó a noviembre debido a la pandemia. Como siempre, el recinto Ferial de IFEMA Madrid es el escenario elegido para que empresas y marcas líderes de los sectores de aire acondicionado, climatización, ventilación, frío industrial y comercial, calefacción y fontanería ofrezcan un completo escaparate de novedades, tendencias y líneas de avance de esta industria.



eRetail Congress 2022

Durante el eRetail Congress 2022, celebrado el pasado 27 de abril en Madrid, numerosos ponentes y 1.160 profesionales del retail se reunieron con el objetivo de compartir y dar a conocer las últimas tendencias del sector para impulsar la competitividad de los retailers. A lo largo de la jornada, los asistentes coincidieron en que su principal prioridad es ofrecer experiencias integradas, asertivas y personalizadas a sus clientes. En este sentido, los aspectos más estratégicos son el conocimiento y análisis de las necesidades reales del cliente digital basado en datos y la implementación de soluciones tecnológicas. Todo ello, combinado con la empatía y el factor humano y emocional.



EscoFeria

La primera EscoFeria tras la pandemia, celebrada en Murcia el 27 y 28 de abril, recibió más de 1.500 visitantes. El evento, organizado por la distribuidora Salvador Escoda S.A., se puede considerar todo un éxito, ya que reunió asistentes y participantes tanto de alrededor de España como de otros países. De hecho, los más de 60 expositores del sector de la instalación calificaron el encuentro de éxito total, tanto a nivel de gestión como de participación. Por ello, la gran mayoría repitió asistencia acudiendo a la segunda EscoFeria de la temporada, celebrada en Málaga los días 18 y 19 de mayo.

Imagen: Salvador Escoda.



SOMOS AGENTES DIGITALIZADORES

HASTA
12.000€
PARA TU NEGOCIO

PÁGINAS WEB
TIENDAS ONLINE
REDES SOCIALES
GOOGLE ADWORDS

JULIO 2022

29-06/01-07

KOBA

Exhibición integral de medios y entretenimiento.

Seúl (Corea del Sur)

www.coexcenter.com

01

ITCS Hamburg

Conferencia tecnológica de las TIC Hamburgo (Alemania)

www.it-cs.io

01/03

Anime Midwest

Salón de anime, cosplay y videojuegos

Rosemont, Illinois (EUA)

www.animemidwest.com

01/04

Anime Expo

Feria de animación, cómics, música y videojuegos

Los Angeles, California (EUA)

www.anime-expo.org

04/05

Learning Technologies Summer Forum

Foro de verano sobre tecnologías de aprendizaje y formación

Londres (Reino Unido)

www.learningtechnologies.co.uk

05

Photo & Imaging Shanghai

Exposición internacional de equipos fotográficos e imágenes digitales

Shanghái (China)

www.cantonfair.net

05/07

Mega Clima Nigeria

Feria internacional de sistemas de aire acondicionado y refrigeración

Lagos (Nigeria)

www.megaclimaexpo.com

06/07

CCTV Expo

Controles de acceso, sistemas de integración y tecnologías de seguridad

Nueva Delhi (India)

cctvexpo.com

06/07

International Drone Expo

Drones y sistemas no tripulados Nueva Delhi (India)

www.droneinternationalexpo.com

11/12

Develop:Brighton

Industria del desarrollo de juegos Brighton (Reino Unido)

www.developconference.com

12/14

Finest Audio Show

Feria especializada en tecnologías de audio

Neuss (Alemania)

www.highendsociety.de

13/15

InfoComm China

Soluciones AV y experiencia integrada Beijing (China)

infocomm-china.com

16/19

Malaysia International SIGN & LED

Salón de señalización y pantalla LED Kuala Lumpur (Malasia)

www.gzfute.com/123/malaysiasign

29/31

Chinajoy X Game Connection

Industria de los videojuegos Shanghái (China)

www.game-connection.com

AGOSTO 2022

02/05

Expolux

Principal evento de iluminación de América Latina.

São Paulo (Brasil)

www.expolux.com.br

06/11

Black Hat USA

Feria de ciberseguridad Las Vegas, Nevada (EUA)

www.blackhat.com

08/11

Siggraph

Feria de gráficos por computadora y técnicas interactivas

Vancouver (Canadá)

www.siggraph.org

09/11

Australasian Gaming Expo (AGE)

Salón de gaming y tecnología

Sidney (Australia)

austgamingexpo.com

10/11

EduTECH

Salón de soluciones tecnológicas orientada a la educación

Melbourne (Australia)

www.terrapinn.com

17/19

Integrate

Feria de tecnología audiovisual y TIC

Sidney (Australia)

integrate-expo.com

17/19

TecnoMultimedia

Feria de sistemas de integración audiovisual

Ciudad de México (México)

www.tecnomultimedia.com

24/28

TecnoMultimedia

Feria de videojuegos

Colonia (Alemania)

www.gamescom.global

SEPTIEMBRE 2022

Fecha pendiente de confirmación

Prolight + Sound Middle East

Iluminación, audio y tecnología audiovisual

Dubái (Emiratos Árabes Unidos)

pls.ae.messefrankfurt.com

02/06

IFA

Muestra de productos tecnológicos y electrodomésticos

Berlín (Alemania)

b2b.ifa-berlin.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 los datos con los organizadores.



SOGO®

Human Technology



Freidoras de aire

Cocina una gran variedad de platos, saludables y sin aceite



SS-10130

**SMOKELESS SMART GRILL
GRILL + FREIDORA DE AIRE**

**1700W
MAX**

POTENCIA

4L

CAPACIDAD

**1-120
min.**

TEMPORIZADOR

**50°C-
230°C**

RANGO
TEMPERATURA

8

MENÚS

360°

TECNOLOGÍA DE
CIRCULACIÓN
DE AIRE



SS-10825

**FREIDORA DE AIRE
CON CESTA DOBLE**

**1750W
MAX**

POTENCIA

**9L
(2x4.5L)**

CAPACIDAD

**1-60
min.**

TEMPORIZADOR

**50°C-
200°C**

RANGO
TEMPERATURA

12

MENÚS

360°

TECNOLOGÍA DE
CIRCULACIÓN
DE AIRE



**PANEL DE
CONTROL TÁCTIL**

**SMART FINISH
& MATCH COOK**
FUNCIONES INTELIGENTES



Bandeja para cocinar



Cesta para freír



Bandeja para pizza



Rejilla para asar



Cepillo



Pinzas de silicona



2 cestas freidora
antiadherente

Inspirado en la naturaleza, impulsado por la luz.


HARVESTfresh TM



Sistema que imita la luz del sol durante su ciclo diario de 24 horas. Así, se consigue prolongar la vida de los nutrientes y vitaminas para poder disfrutar de un estilo de vida más saludable*.

* Testado por Intertek. Basado en mediciones de vitamina C y vitamina A en tomate, pimiento verde, zanahoria, espinaca y apio expuestos directamente a la tecnología de luz en comparación con las mediciones del día 0 durante un período de 5 días.

beko.com

beko
Live like a Pro