

MEDIAMARKT INAUGURA
SU TIENDA MÁS GRANDE DE ESPAÑA

SMART TV:
MERCADO Y TENDENCIAS DE CONSUMO

**INTELIGENCIA, CONECTIVIDAD Y
SOSTENIBILIDAD** MARCAN LA PAUTA
EN LOS NUEVOS PRODUCTOS

Televisores Cecotec: bien visto.

Bien visto por la calidad de imagen. Porque con Dolby Vision, HDR10, MEMC y Quantum Dot, entre otras tecnologías, verás colores más realistas y vivos en cada escena.

Y sobre todo, bien visto a nivel de negocio. Porque el precio competitivo de las televisiones Cecotec garantiza que en tu lineal sea un producto visto y no visto.

Descubre la gama QLED 4K de Cecotec.



androidtv



Ok Google



cecotec



La calefacción que
cambia tu invierno

Dos veces eficaz. Dos veces Daikin

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

Con soluciones como la aerotermia con la que
puedes tener todo en un mismo equipo.

Dos veces eficaz. Dos veces Daikin.

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



reddot award
winner



442 En portada



sonitrón

4 Editorial

La innovación más difícil
(o no)

6 On - Off

8 Curiosidades

■ Actualidad

10 Entrevista al Director
de ventas para el Sur de
Europa de Mannhatan
Associates

14 Entrevista con el
Director Comercial
de Ufesa

18 Entrevista con la
Vicepresidenta ejecutiva
de Mirakl

22 Entrevista con la
responsable de ventas
para España de
Hannspree

24 Candelsa celebra su
50 aniversario

25 Ingram Micro revela su
estrategia para 2023

26 MediaMarkt inaugura
su tienda más grande de
España

28 Breves

■ Producto

30 Smart TV: mercado y
tendencias de consumo

36 Inteligencia,
conectividad y
sostenibilidad marcan
la pauta en los nuevos
productos

■ Ferias

54 Así fue la primera
feria IFA presencial tras
la pandemia

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 Andalusi Gráficas

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

La innovación más difícil (o no)

■ El sector electro está sometido a cambios continuamente. Desde el lado de los fabricantes, su contribución a la innovación de producto es clave para dinamizar los mercados. Sólo hay que recordar el lanzamiento de los smartphones, las tablets, los smartTVs, o, más recientemente, los patinetes eléctricos, para constatarlo.

En el lado de la distribución, sin embargo, innovar cuesta más, parece más complicado. En este sentido, invitamos a todo el mundo a visitar el nuevo MediaMarkt de Majadahonda, que nos parece un muy buen ejemplo de innovación por parte del retail. Es verdad que no se puede comparar una multinacional como MediaMarkt y el referido establecimiento, de más de 8.000 metros cuadrados, con una tienda de barrio de apenas 200 metros, pero, salvando las distancias las nuevas propuestas de dicho establecimiento nos parecen interesantes. Es el caso, por ejemplo de los servicios de financiación, seguros, suministros energéticos, productos reacondicionados, alquiler de dispositivos, o recompra de productos, y de las nuevas categorías como vehículos eléctricos, fitness o complementos nutricionales. Al final, la innovación del punto de venta es como la de un teatro, donde la función ha de seguir resultando atractiva para el público cada día.

BELLISSIMA
ITALIA

Nueva gama Bellissima

Herramientas de hair
styling fáciles de
usar, para expresar tu
personalidad cada día.

**CAMPAÑA
TV Y DIGITAL**

a partir del
24 de octubre



CEPILLO DE AIRE
CALIENTE AIR WONDER



DIFFON
SUPREME



PLANCHA DE VAPOR
STEAM ELIXIR



SECADOR
CREATIVITY 4 YOU



ON

■ Cumplir 50 años en este querido sector electro nuestro no es nada fácil y bien lo sabemos por propia experiencia en SONITRÓN. Por eso, la reciente celebración por parte de Candelsa de su medio siglo de vida creemos que es todo un logro que merece la pena poner en valor. Para demostrar que las cosas se pueden hacer bien, con el “gusanillo” de no parar nunca quietos, siempre yendo un paso por delante, pensando en cómo seguir innovando, sabedores de que no podemos dejar de pedalear nunca, porque, aunque sea cansado, esta es la única manera de que no se caiga la bicicleta. Muchas felicidades a todo el equipo y miembros de Candelsa.



OFF

■ Las medidas aprobadas por el Gobierno para fomentar el ahorro de energía y que afectan directamente al comercio, como el de las puertas automáticas, llegan en un momento delicado en el que el consumo de las familias por el actual contexto inflacionista puede resentirse. En este sentido, se calcula que, por ejemplo, sólo cambiar las puertas de un establecimiento por un sistema automático tiene un coste de entre 3.000 y 8.000 euros. A ello hay que añadir la disponibilidad de materiales y de profesionales para su correcta instalación, algo que juega contrareloj en el calendario de aplicación de la medida.

Está claro que vivimos una situación compleja y en la que todos tenemos que arrimar el hombro, pero creemos que más empatía y consideración para con el sector terciario, no habrían estado de más.

Daga®

Siéntete bien, disfruta
el confort del calor.



Báscula inteligente con electrodos, de SPC

Atenea Fit Pro es la nueva báscula inteligente de SPC, con ocho electrodos, barra de medición y 28 métricas, para unos resultados profesionales. El dispositivo incorpora ocho electrodos, cuatro en la base y otros cuatro en su barra de medición retráctil, que permiten medir brazos y abdomen.

Gracias al trabajo conjunto de estos ocho electrodos y a la tecnología de bioimpedancia (BIA), la báscula Atenea Fit Pro es capaz de diferenciar con precisión los datos entre torso, brazos y piernas (incluso discriminando los que corresponden a las extremidades izquierdas y derechas). Ello permite ubicar la grasa corporal y el músculo por zonas. Todo ello, resulta especialmente útil para detectar el nivel de grasa visceral. Esta última es la grasa que se almacena en la zona abdominal alrededor de nuestros órganos y es fundamental mantenerla bajo control para prevenir enfermedades graves, pues su exceso puede derivar en problemas de corazón, hipertensión o diabetes tipo 2. www.spc.es



Central eléctrica portátil Delta 2

Ecoflow presentó en la IFA 2022 su nueva batería Delta 2, apta para suministrar electricidad de forma simultánea al 90% de los electrodomésticos de un hogar, gracias a su capacidad de hasta 3kWh. Combinada con los paneles solares de la marca, esta solución se convierte en una fuente de energía limpia, sostenible y económica, ya que puede ayudar a reducir la factura de la luz. Su tecnología de vanguardia X-Stream hace posible que su nivel de carga pase del 0 al 80% en 50 minutos y de 0 al 100% en 80 minutos (este tiempo podría ser de entre 3 y 6 horas si se carga con energía solar).

Además, gracias a su App, es posible organizar en remoto los ciclos energéticos en los que EcoFlow será el proveedor energético de los electrodomésticos, esquivando los momentos de máximo coste del kilovatio y eligiendo el o los aparatos alimentados por la batería. La batería tiene un precio de venta de 1.199€. www.es.ecoflow.com

Traductor Vasco V4

El Traductor Vasco V4 permite la comunicación con hasta el 90% de la población mundial gracias a su soporte en 108 idiomas (incluyendo dialectos). Este traductor electrónico funciona con GSM y contiene una tarjeta SIM que dota de Internet gratuito de por vida al usuario en casi 200 países y, en el caso de que la señal GSM sea débil, también puede hacer uso de señal WiFi. Este innovador dispositivo no sólo traduce audio a través de su micrófono, sino que además permite la traducción de texto y fotos gracias a su cámara integrada de alta calidad. Su función Multitalk permite hablar en tiempo real con hasta 100 interlocutores en diferentes idiomas, logrando conversaciones fluidas y traduciendo frases escritas o pronunciadas en tiempo real. Estas traducciones serán reproducidas por el dispositivo tanto de forma oral como por escrito en su pantalla de 5 pulgadas. Esta función utiliza los 10 motores de traducción más importantes que existen actualmente, ofreciendo una precisión en sus traducciones del 96%. Tiene altavoces duales de 99 db y un puerto USB tipo C. Su precio es de 389€. www.vasco-electronics.es





Batidora magnética Millo

La licuadora Millo es una reinención completa de un dispositivo de hace décadas, pero adaptado al siglo XXI. La licuadora Millo funciona con un motor sin escobillas llamado Magnetic Air Drive. Un vaso de plástico Tritan con cuchillas de acero inoxidable integradas se coloca simplemente sobre la superficie completamente lisa de la base. Los controles integrados son intuitivos y receptivos, y la licuadora también se puede controlar a través de Bluetooth desde la aplicación para móviles de Millo, que también envía actualizaciones de firmware inalámbricas, lo que mejora el rendimiento de la licuadora con el tiempo. La licuadora se puede operar de forma inalámbrica gracias a las baterías que son lo suficientemente potentes para hasta 15 batidos, lo que la hace ideal para ir de viaje. Este producto tiene un precio de 299 euros. www.getmillo.com



Amplificador de música inalámbrico Powernode Edge de Bluesound

Bluesound, marca conocida por su galardónada línea de reproductores de audio multiroom inalámbricos de alta resolución, ha lanzado Powernode Edge, un amplificador inalámbrico de transmisión de música de una sola zona. Supone

el punto de entrada perfecto a la tecnología HiFi de “simplemente añadir altavoces” para la era moderna, que combina fuentes de transmisión, control y amplificación, todo en un dispositivo elegante. El precio recomendado del producto es de 699€.

www.bluesound.com



Sistema de cocción AMC Premium

El sistema de cocción AMC Premium se basa en un circuito cerrado de aire entre la base de la olla, la zona de la pared fría y la tapa. Gracias a su tecnología única, el sistema garantiza un control óptimo de la temperatura y el tiempo de cocinado, para conservar los nutrientes, ahorrar tiempo y cocinar de forma saludable. Permite la conectividad en la cocina para crear un sistema de cocción inteligente, fácil e intuitivo. Asimismo, la nueva olla permite cocinar sin gas

cuando se utiliza la placa de cocción móvil Navigenio, perfecta para todas las ollas y sartenes de AMC. También cuenta con una función que permite utilizarla para gratinar y hornear. www.amc.info



Jacky Marolleau

Dtor. Ventas Sur de Europa

Manhattan Associates

La consultora Manhattan Associates ve el contexto actual como una oportunidad para trasladar las funciones de fabricación y cadena de suministro más cerca de los consumidores para así protegerse contra la inevitable volatilidad del mercado en el futuro.

www.manh.com/es-es

■ La Guerra de Ucrania y la disrupción de la cadena de suministro global están poniendo de manifiesto las debilidades del sistema. ¿Pero no sigue siendo el más rentable?

El sistema puede continuar siendo rentable si se llevan a cabo algunas acciones para mitigar el impacto. Las empresas deben moverse rápidamente para establecer fuentes alternativas de suministro. Básicamente, ha llegado el momento de pasar al plan B y después al C. Hay que tener en cuenta que la demanda del mercado en algunas áreas se ha recuperado con fuerza a medida que dejamos atrás la pandemia. A la larga, es necesario considerar oportunidades a través de más socios de suministro locales.

Además, conviene revisar el coste fundamental de un producto o servicio. Es decir, identificar formas de reducir o eliminar determinados materiales y otros costes asociados al diseño, la logística o los procesos de fabricación. ¿Es posible fabricar un producto con piezas o materiales menos costosos sin que afecte a las especificaciones? Esa es una de las muchas preguntas que habría que hacerse.

¿Hasta qué punto los menores sueldos y las peores condiciones laborales y menores exigencias medioambientales de los países emergentes que han justificado tradicionalmente la deslocalización son moral y éticamente cuestionables?

La relocalización y todos sus potenciales beneficios a largo plazo para los consumidores y el medio ambiente están cobrando fuerza. Las posibilidades de acercar la cadena de suministro y los procesos de fabricación al consumidor son mucho más que simples incentivos económicos y de seguridad.

El movimiento de relocalizar ofrece una oportunidad para que las marcas imaginen y reinventen todo su enfoque de la sostenibilidad y los productos y servicios ambientalmente responsables, desde el principio.

jata
SENSES



NUEVA
PLANCHA DE ASAR
JEGR0550

SIENTE LA COCINA

MAGIC
RESISTENCIA PATENTADA

RECURRIMIENTO
TERRASTONE
COPPERMAX

DESIGN Y FABRICACIÓN EN
ESPAÑA

SISTEMA
SUPER DIET

PLACA
46x28
cm

UNIVERSO
FFCA

TERMOSTATO
REGULABLE

2500 W

www.jata.es

Historia, garantía y calidad desde 1943.

OOOO

La producción de proximidad parece la receta maestra de la sostenibilidad, pero ¿realmente es factible y sostenible fabricar de todo y en todos sitios?

Ubicar la producción más cerca de los clientes actuales y potenciales en la cadena de suministro facilita el comercio. Al trabajar en geografías similares y zonas horarias superpuestas, los productores pueden acortar los plazos de entrega, mejorar la prestación de servicios y ofrecer mayores niveles de personalización.

Algunas ubicaciones ofrecen ventajas adicionales, incluida una mayor protección de la propiedad intelectual y comercio con aranceles bajos o libres de aranceles. La reubicación abre la puerta a un nuevo crecimiento de la facturación junto con nuevas fuentes de ingresos que no serían posibles desde el lugar de producción actual.

La globalización está muy ligada a la presencia de multinacionales. ¿Hasta qué punto la relocalización implica un cambio de modelo empresarial?

De acuerdo con un estudio de EY, el 53% de las multinacionales industriales ya ha realizado operaciones cercanas o reubicadas en los últimos 24 meses. Para estas empresas, la mayor diversificación y la proximidad con sus clientes son objetivos clave que aspiran a mejorar su modelo empresarial. Este cambio también implica aumentar el número total de proveedores y el número de países en los que se tienen proveedores.

¿Qué peajes tiene la relocalización para empresas, trabajadores y Administraciones públicas?

Estos cambios acarrearán costes a corto plazo a cambio de una mayor capacidad de resiliencia y recuperación a la larga. La mayoría de las organizaciones que afrontan un proceso de reubicación esperan aumentos de costes como resultado. Sin embargo, muchas también están planeando una variedad de acciones compensatorias, como



inversiones en robótica y automatización para reducir los costes laborales, aumentos de precios temporales o permanentes, etc.

¿Qué sectores presentan un mayor potencial para la relocalización a nivel de España?

Las empresas de automoción, por ejemplo, están acortando sus cadenas de suministro a través de proveedores locales y construyendo plantas de baterías.

Los fabricantes buscan mantener las líneas de producción en movimiento a pesar de los costes más altos. En líneas generales, todo tipo de industrias están invirtiendo para acortar sus cadenas de suministro y diversificar sus bases de proveedores. Algunos también están buscando adquisiciones para asegurar un acceso rentable a los mercados locales.

El transporte por carretera es el primer causante de emisiones de CO₂ a la atmósfera, pero no parece que los vehículos eléctricos puedan recorrer las mismas distancias. ¿Cuál sería aquí la solución más sostenible?

Hay un reto, desde luego, relacionado con reemplazar los motores de combustión, infraestructura inadecuada para impulsar el uso de los vehículos eléctricos, y plazos de entrega más largos y costes más altos asociados con modos de bajas emisiones.

Un punto a abordar en este momento para contribuir con la sostenibilidad es el aprovechamiento de los tramos en los que los camiones viajan vacíos, por ejemplo, a causa de una falta de coordinación de la red. La asignación dinámica a través de la digitalización y la minimización de estos kilómetros de vacío son importantes también.

REMINGTON®
EST. NEW YORK 1937

BOTANICALS™

CON
MICROACONDICIONADORES
ENRIQUECIDOS
CON ALOE VERA,
JOJOBA Y ROSA



GET YOUR **YOU** ON



Rafael Tortes

Director Comercial de Ufesa

A principios de mayo, Ufesa anunció el lanzamiento de una nueva gama de calor textil, convirtiéndose en el único fabricante nacional en confeccionar productos de esta categoría. De hecho, el catálogo de la firma cuenta con más de 20 referencias en artículos de este tipo.

www.ufesa.com

■ **¿Qué impulsó a Ufesa a adentrarse en la categoría de calor textil?**

Como grupo ya contamos con una extensa experiencia y reconocimiento internacional en esta categoría y tras décadas de liderazgo, ahora es Ufesa la marca que toma el timón para impulsar el crecimiento de la gama de calor textil, aportando a nuestros clientes la más alta calidad y fiabilidad en el producto, controlado y testado bajo estrictas normas de seguridad. Creemos firmemente en el potencial de esta categoría y, aprovechando nuestra experiencia en calor textil, tenemos como objetivo situarnos como líderes y referentes en el mercado.

¿Posee la compañía algún tipo de experiencia en este campo?

Ufesa es una marca que históricamente ha trabajado las categorías de calefacción en general y calor textil en particular. A lo largo de estos años hemos ido desarrollando un conocimiento y una colección muy exitosa. Muestra de ello son los datos GfK que apuntan a la buena distribución del producto. Por ello, queremos aprovechar por un lado la fuerza de Ufesa como marca notoria y reputada, con el hecho de que la tecnología que hemos estado utilizando hasta ahora nos posiciona con un tipo de producto muy diferenciado, que se basa en alta tecnología que es nuestra. Es el caso de los productos N, N2 o N4, que son elementos muy diferenciados y eso sólo está en nuestro catálogo actual.

¿Hasta qué punto se trata de una estrategia favorable para la marca? ¿Qué puede aportar este nuevo portafolio?

Creemos que contamos con todos los elementos necesarios para hacer de ésta una categoría de éxito. Tenemos una marca muy potente con una colección que conocemos y dominamos, con una fuerte presencia a nivel de relación entre B&B Trends y Ufesa.

Además, contamos con una colección que está testada y es una colección de éxito. Y formando parte de esa colección, hay un producto muy diferenciado tecnológicamente del resto de la oferta, que seguiremos fabricando aquí en España y seremos los únicos fabricantes de calor textil.

Estamos totalmente convencidos de que en esta nueva etapa no sólo mantendremos lo que teníamos en el campo del calor textil, sino que el proyecto seguirá creciendo y ésta se erigirá como una categoría importante y con cada vez más potencial de crecimiento.

¿Cuáles son los principales retos que está enfrentando la firma con su nueva apuesta de producto?

Ufesa ha sido históricamente un líder en la categoría de calor textil. El reto es aprovechar la fuerza de la marca y nuestro fuerte conocimiento de la categoría para colocar a Ufesa como referente, de nuevo, en la categoría.

Hablemos del segmento de mercado del calor textil. ¿Se trata de un segmento en crecimiento? ¿Qué potencial de futuro tiene?

Como categoría es muy estable a lo largo de los últimos años. Algunas familias como mantas o calientacamás tienen una cierta dependencia de la evolución del clima, pero las almohadillas, que es la mayor parte del mercado, se venden de forma muy estable.

Por el momento, ¿Cómo está siendo la acogida de los nuevos productos por parte de la distribución?

Como comentaba anteriormente, la acogida del producto está siendo muy buena y así se refleja en los datos de GfK sobre la penetración de la marca en el canal. No es una colección súper amplia -cuenta con en torno a 20 referencias- y todas ellas son muy destacadas, de gran calidad y son producto nacional, por lo que la gama cuenta

con los ingredientes necesarios para ser un producto de éxito, demandado por el consumidor y, por ende, por la distribución.

¿A qué target se dirigen los nuevos productos? ¿A través de que estrategias tienen pensado acercarse a su público objetivo?

Estos productos abarcan diferentes targets que varían dependiendo de cada producto. Ya que, por ejemplo, hay productos destinados a zonas específicas y que son eficaces para relajar o dar calor a unos músculos muy concretos, como es el caso de las almohadillas ergonómicas y que pueden utilizar, desde un target senior, hasta jóvenes deportistas.

Estos productos de calor textil no solo son utilizados para combatir dolores, ya sean musculares o de otras características, sino, que también aportan un alto grado de confort, mejorando la calidad de vida de los usuarios, como es el caso de los calentacamas, utilizados por un target universal.

De cara al futuro, ¿Cuál/les serán el/los producto/s con más tirada de la categoría?

Ahora en invierno toda la gama de mantas térmicas y calentacamas tiene mucha tirada y estará en auge, con el frío del invierno deseamos el mayor confort en casa y estos productos brindan un alto confort. También tienen muy buena previsión los productos de fabricación nacional.

Y durante el primer año, ¿Cuáles son las previsiones de ventas?

La previsión es buena, es una categoría en la que tenemos mucha experiencia y en la que Ufesa ya fue líder. Además, como comentábamos son unos productos que están teniendo muy buena acogida.



Asimismo, ¿Qué porcentaje de las ventas totales de la marca Ufesa puede aportar la nueva categoría de calor textil?

Será un porcentaje relevante. Como comentábamos, en algunas familias como mantas o calentacamas, encontramos una cierta dependencia de la evolución del clima, pero las almohadillas son muy demandadas a lo largo de todo el año.

Finalmente, y con relación a la fabricación de los productos, ¿Dónde tiene lugar la misma y en qué plazos de entrega se está sirviendo el producto?

B&B seguirá fabricando en sus instalaciones de Santa Perpetua una parte muy significativa de su colección tal y como lo ha venido haciendo hasta ahora. Actualmente, ya estamos en disposición de empezar a suministrar producto con la marca Ufesa.

NUEVAS FREIDORAS DE AIRE

Cocina recetas más sanas sin renunciar al sabor



5 litros

Hasta 4 personas

3,5 litros

Hasta 3 personas

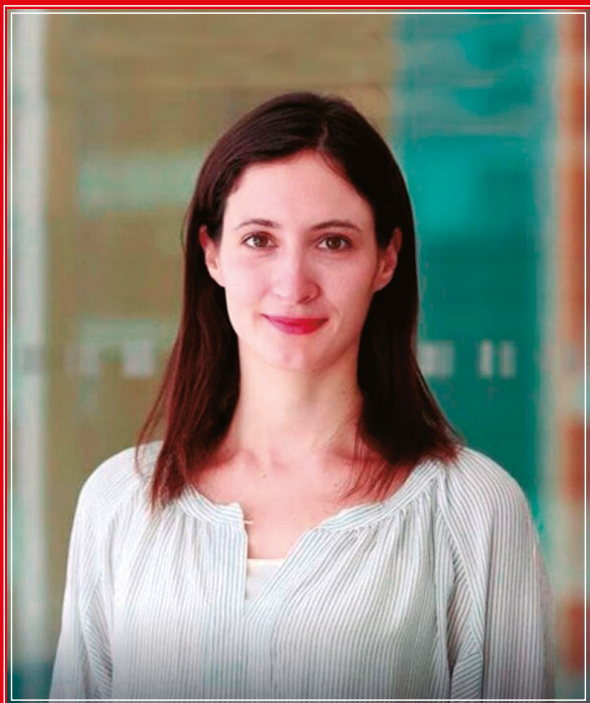
12 litros

Para más de 4 personas

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.com



Sophie Marchessou

Vicepresidenta ejecutiva de Mirakl

La inflación es una realidad cuyas consecuencias afrontamos día a día. Para paliar los efectos, los consumidores confían en los marketplaces online. Nos entrevistamos con una portavoz de Mirakl con el fin de conocer mejor las ventajas de los Marketplace y las relaciones entre estos y los minoristas.

www.mirakl.com

■ ¿Cómo pueden adaptarse los minoristas y las marcas a la actual situación de inflación del mercado?

La inflación plantea retos a los minoristas y a las marcas. Por ejemplo, como consecuencia del aumento de los precios, los consumidores están cambiando sus hábitos de consumo. Los marketplaces permiten a los minoristas adaptarse al contexto inflacionario actual porque, al expandir su oferta gracias a vendedores externos, los operadores del marketplace pueden ofrecer precios más bajos, respondiendo a los requisitos de los clientes en un contexto en el que el coste de la cesta de la compra está aumentando en muchos países.

■ ¿Qué tipo de productos son los más propicios para vender en los marketplace? ¿Y los más exitosos?

Los cambios en la demanda de los consumidores hacen que sea vital que los minoristas puedan adaptarse fácilmente a las nuevas tendencias y a las necesidades de sus clientes. Por eso, contar con la agilidad y la flexibilidad que proporcionan las plataformas de marketplace será esencial para ofrecer a los consumidores lo que realmente necesitan. A través de un marketplace, un minorista puede incorporar o probar rápidamente un nuevo producto de un vendedor externo sin necesidad de comprar un montón de existencias, lo que reduce el riesgo para el minorista. Asimismo, el minorista puede empezar a vender productos que los clientes buscan en su sitio pero que no vendía anteriormente.

Estamos viendo una fuerte tendencia hacia aquellos productos que están en línea con la economía circular y una mayor sostenibilidad, a través de la reutilización y la reparación. Se ha observado en varias ocasiones que los productos sostenibles están creciendo mucho más rápido y gozan de mayor popularidad. Una encuesta de Mirakl realizada en 2021 reveló que, al comprar en un marketplace, el 56% de los consumidores españoles considera "importante" o "muy

importante" encontrar ofertas de proveedores con prácticas sostenibles. De la misma manera, el 67% de los consumidores españoles afirma que es probable que compre productos reacondicionados o de segunda mano si provienen de un marketplace de confianza.

¿Existe algún segmento del mercado cuya presencia en los marketplace pueda ser interesante potenciar de cara al futuro? Si es así, ¿cuál?

Muy en línea con lo anterior, la conciencia medioambiental de las empresas es cada vez mayor, y la sostenibilidad de los productos desempeña un papel cada vez más importante. Esto incluye cadenas de suministro optimizadas, materiales sostenibles y condiciones de trabajo justas. De hecho, el 86% de los consumidores piensa incluso que una mayor acción sostenible puede dar a las empresas B2B una ventaja competitiva decisiva. En este sentido, los marketplaces online tienen la ventaja de proporcionar un catálogo amplio y centralizado de ofertas en un solo lugar, lo que ayuda a establecer un enfoque de eficiencia de recursos para apoyar la economía circular.

¿Cuánto más barato es comprar en un marketplace?

Los compradores señalan que los precios más competitivos, la selección de productos y los plazos de entrega son las principales razones por las que prefieren los sitios de comercio electrónico con un marketplace en línea. Y es que ofrecen una mayor variedad de productos y facilitan que los compradores encuentren todo lo que buscan en un solo lugar y a un precio más competitivo. Al tener diferentes vendedores, se minimiza el riesgo de que se agoten las existencias y los precios suelen ser también más competitivos y, por tanto, pueden ser más bajos.

Los marketplaces también han tenido éxito porque el consumidor online de hoy en día no está motivado únicamente por el precio más bajo. Para muchos consumidores, la de-

cisión de compra puede estar motivada por diversas razones. Por ejemplo, el 62% estaría dispuesto a pagar un precio más alto por un producto vinculado a una causa social.

¿Cómo compensa el marketplace la experiencia de compra que se ofrece en los puntos de venta físicos?

Los marketplaces, más que sustituir la experiencia de compra que ofrecen los puntos de venta físicos, buscan complementarla. En este sentido, generan una rica fuente de datos sobre las preferencias de los consumidores. Además, sirven como un pilar clave de las estrategias omnicanal de muchos minoristas, con los marketplaces a menudo utilizados como campo de prueba para nuevos productos que luego se llevan a tienda, mientras que éstas, a menudo, también brindan servicios de click & collect para productos comprados a través del marketplace.

Un ejemplo está en uno de los clientes actuales de Mirakl, Worten, que nos contactaron en 2014, cuando la empresa solo realizaba el 2% de sus negocios online. El contexto era cada vez más desafiante para ellos porque, a la par, estaban surgiendo minoristas como Amazon y Fnac. Para enfrentar a sus competidores debían ofrecer la mayor variedad posible y el modelo de marketplace fue la mejor alternativa para lograr ofrecer un mayor surtido a la vez que continuaban aprovechando su red de tiendas físicas.

Ante la creciente tendencia, ¿no está el mercado sobresaturado de marketplaces?

Hemos visto que en 2021 la cantidad de empresas que comenzaron a vender en marketplaces aumentó un 46% con respecto a 2020, y en general los marketplaces alcanzaron una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 49,7% durante los últimos dos años, mientras que la CAGR del comercio electrónico en general fue del 22,2% durante ese mismo período. En un contexto en el que el comercio electrónico ha reducido sus márgenes debido a

la inflación y a los problemas en la cadena de suministro, la contribución de los marketplaces a las ventas subió un 29% gracias al crecimiento compuesto del aumento del GMV y al alza general de las comisiones.

Este crecimiento en la oferta de marketplaces responde no solo a un factor cuantitativo, sino también a una diversificación en la oferta. De este modo, encontramos modelos y referencias de marketplaces no sólo en categorías habituales B2C como electrónica de consumo y hogar, como pueden ser PCComponentes, Worten, MediaMarkt, The Phone House o El Corte Inglés, Maisons de Monde o Leroy Merlin. También este modelo de negocio responde a la demanda B2B en categorías tan diversas como en componentes para carrocerías, incluso en industrias como la aeronáutica. De hecho, el informe de Mirakl aporta un dato revelador: el top 25% de los marketplaces por GMV alcanza una media de más de 40.000\$ por vendedor, lo que subraya el alcance transformador del modelo marketplace para dar respuesta a las más altas ambiciones de los retailers.

A lo largo de estos años hemos sido testigos de que cuanto más compran los consumidores en los marketplaces, más se decantan por estos frente a las webs de comercio electrónico convencionales. En este sentido, todavía queda terreno por explorar en el ámbito de los marketplaces. No obstante, la clave del éxito estará en contar con la tecnología adecuada y la experiencia necesaria para escalar sin límites.

En este sentido, ¿cómo se puede orientar al comprador en un mercado lleno de marketplaces? ¿Qué valor añadido puede aportar para distinguirse de sus iguales?

Para lanzar un marketplace y distinguirse de la competencia es fundamental tener una visión estratégica clara. Es decir, no limites tu marketplace, utilízalo como plataforma para crecer. En línea con esto, es muy importante integrar

el marketplace en donde se encuentren sus compradores. La idea es que el marketplace no sea un complemento separado de la plataforma de comercio electrónico existente, sino que esté completamente integrado. Un marketplace debe contar con la tecnología más sólida y el ecosistema de vendedores y socios de la más alta calidad.

El mercado de electrodomésticos y electrónica de consumo es uno de los más familiarizados con el concepto 'marketplace'. Sin embargo, ¿consideras que esto ayudará a paliar los efectos de la inflación en el sector?

La agilidad de los marketplaces también hace que los minoristas sean más resistentes a las interrupciones de la cadena de suministro que puedan encontrar en determinadas categorías. En el sector de la electrónica, la escasez de semiconductores es, según Goldman Sachs, responsable del 3% de inflación directa en los precios de la electrónica de consumo. Algunos minoristas utilizan sus marketplaces para incorporar a terceros proveedores muy rápidamente para evitar la escasez, complementar su oferta y seguir atendiendo a sus clientes con un alto nivel de satisfacción. De hecho, para el minorista alemán de productos electrónicos Conrad (que también utiliza la tecnología de Mirakl), la presencia de terceros vendedores en las categorías principales ha sido tan importante que ha representado el 50% de su negocio en el marketplace.

¿Cómo se puede seguir potenciando y reforzando el sector dentro del mundo del marketplace?

Sin duda, el modelo marketplace seguirá expandiéndose. Los datos lo desvelan: el 70% de los consumidores en todo el mundo ahora cree que los marketplace online son la forma más conveniente de comprar. Por ello, no se trata de un fenómeno circunstancial, sino de una verdadera revolución para el mundo del comercio: los clientes quieren comprar a través de una ventanilla única y exigen más variedad, mejores precios y tiempos de entrega más cortos.

Pero también, esperamos que el auge de los marketplaces B2B se intensifique en los próximos años. De hecho, el 75% de las empresas B2B han anunciado que actualmente están desarrollando sus estrategias de marketplace y, según Gartner, para 2023 al menos el 70% de los marketplaces lanzados se centrarán en la actividad B2B.

¿Cuáles son los requisitos para que una marca pueda comercializarse a través de un marketplace?

Hoy en día, hay muchas empresas que venden en un marketplace, por lo que las que decidan no unirse a la revolución del marketplace se quedarán atrás en el acelerado mundo del comercio digital actual. Los criterios específicos para vender en un marketplace pueden depender del operador. Por ejemplo, un operador puede tener criterios de sostenibilidad o un estricto proceso de selección para asegurarse de que la empresa cumple con sus altos estándares y ofrece el ADN de la marca al que sus clientes se han acostumbrado durante años. A principios del próximo año, Mirakl introducirá FastTrack Onboarding, una nueva funcionalidad dentro de Mirakl Connect, el mayor ecosistema de vendedores y socios de alta calidad del sector. Con FastTrack Onboarding, los vendedores de los marketplaces pueden vender rápidamente en varios marketplaces después de haberse dado de alta una sola vez en Mirakl Connect. FastTrack Onboarding elimina la necesidad de repetir el proceso completo de incorporación a cada marketplace, liberando todo el potencial del ecosistema de marketplaces empresariales para los vendedores.

¿De qué ventajas disfrutan los minoristas dentro de los marketplaces? Y, ¿con qué desafíos se encuentran?

Al igual que los minoristas pioneros que recurrieron a los marketplaces para diversificar su negocio, un grupo de vendedores que adoptó tempranamente el modelo ha respondido buscando y encontrando un canal alternativo: los marketplaces empresariales.

En el modelo de marketplace para empresas, la relación entre el vendedor y el operador está apalancada de forma diferente. En lugar de la estructura de "mando y control" que se encuentra en todos los modelos de marketplace de los gigantes digitales, los minoristas de los marketplaces empresariales y sus vendedores forjan una asociación que proporciona un beneficio mutuo a cada parte, centrado en el desarrollo de una experiencia duradera, personalizada, centrada en la marca y en el cliente.

Al vender en más marketplaces, los vendedores diversifican sus canales de venta, haciéndose menos dependientes de la venta en las plataformas de gigantes digitales como Amazon. Vender en un marketplace es enormemente beneficioso para los vendedores, que pueden acceder a una sólida base de clientes ya existente, al tiempo que evitan tener que crear sus propios canales de venta online o realizar un gasto adicional en marketing online. También es importante tener en cuenta que las empresas pueden adoptar el modelo de marketplace de dos maneras: si son una pequeña o mediana empresa, siempre tienen la opción de unirse y empezar a vender en un marketplace existente. Pero, por otro lado, si se trata de una empresa más grande, en términos de cuota de mercado, siempre tendrán la opción de crear su propio marketplace empresarial. Ambas opciones siempre aportarán ventajas.

El Banco de España estima que, a pesar de una inflación interanual del 7,2% del IPC en 2022, esta se desinflará hasta el 1,8% en 2024. Para entonces, ¿los marketplace estarán tan arraigados que seguirán siendo la opción preferida para la mayoría de los usuarios?

Los marketplaces tienen todo para que su éxito no sea pasajero. Según el estudio State of Online Marketplace Adoption de 2022 de Mirakl, el 95% de los consumidores españoles de marketplaces seguirá eligiéndolos al hacer sus compras en igual o mayor medida durante 2022.



Almudena Bayón

Responsable de ventas en España y Portugal de Hannspree

Una de las patas de negocio más importantes de Hannspree es la creación de soluciones a medida para empresas que necesitan cualquier tipo de implementación de pantallas. Nos entrevistamos con una portavoz de la firma para conocer a fondo esta gama de productos.

hannspree.eu

■ ¿En qué se diferencia una pantalla para el mercado profesional de una solución para usuarios finales?

Al contrario de lo que muchas personas puedan pensar, es cierto que existen diferencias entre monitores de ámbito comercial y aquellos destinados al consumo. Por ejemplo, dependiendo de la luz ambiental, es necesario tener un nivel mínimo de brillo para garantizar una visibilidad adecuada. Determinados establecimientos cuentan con espacios muy luminosos que requieren pantallas que brinden un brillo por encima de la media en monitores y televisores. Otra característica común de las pantallas para el mercado profesional es su orientación vertical, algo menos habitual en productos para consumidor final. También se buscan ángulos de visión más amplios en el caso de las pantallas para ámbito comercial, precisamente porque la audiencia no siempre las observa de frente. Luego entran otros factores en juego, como la protección térmica, la eliminación de retención de imágenes por uso de contenido estático y el diseño pensado para un encendido prolongado. En otras palabras, un monitor para consumidor final se quedará corto en el ámbito comercial y dará como resultado un mantenimiento y ajustes mucho más constantes.

¿Cuáles son las principales ventajas de la gama profesional de Hannspree?

Nuestra gama para negocios va orientada a retail, educación, puntos de información y TPVs, entre otros. Tenemos la capacidad de adaptarnos a las necesidades de las empresas, de manera que adecuamos nuestros productos según la situación de demanda. Es una ventaja muy importante para que los negocios puedan actualizarse en un contexto como el actual, en el que evolucionar digitalmente resulta crítico. Entendemos que la necesidad por ofrecer un servicio ininterrumpido al cliente implica disponer de soluciones de pantalla totalmente fiables y duraderas. Por tanto, las principales ventajas de nuestra gama profesional son el procesamiento ininterrumpido, el funciona-

miento rápido, la usabilidad fácil y fiable, y la protección y resistencia ante todo tipo de riesgos en el entorno.

¿En qué sector profesional se está generando un mayor crecimiento en la demanda de este tipo de soluciones?

El sector comercial y el hospitality buscan cada vez más pantallas de gran tamaño y calidad para publicidad, conferencias, tutoriales, ferias comerciales y otras aplicaciones. Concretamente, en retail se buscan soluciones para crear puntos de información o señalización digital, para realizar pedidos, coger tanda o consultar productos. La realidad es que se está produciendo un rápido crecimiento de las pantallas comerciales en los últimos años. Por ejemplo, hay una demanda de pantallas médicas que se ha acelerado después de la pandemia; también en hoteles y en la industria del transporte público.

¿Cómo ayudan las soluciones profesionales de Hannspree al retail y, más concretamente, al sector electro?

Aseguramos que la experiencia con las pantallas sea rápida, versátil y fácil de navegar. El objetivo es cambiar la forma en que los clientes interactúan con la tienda para mejorar su experiencia y para atraer a más compradores. En este sentido, ofrecemos soluciones con tecnología multitáctil que funciona muy bien para aplicaciones colaborativas y que permite que cualquier actividad sea más ágil. En el caso de las tiendas de electrodomésticos es interesante el uso de pantallas comerciales porque permiten al cliente acceder a la información actualizada de los productos y compararlos. De hecho, los empleados también pueden beneficiarse de la señalización digital, puesto que los electrodomésticos agregan nuevas características constantemente y es complicado mantenerse al tanto de todo.

¿Qué grado de penetración diría que tienen estos productos en el sector del comercio?

La penetración está siendo muy fuerte, porque los propietarios de tiendas físicas han entendido que necesitan todas las herramientas a su disposición para seguir siendo relevantes y rentables. Como resultado, la demanda de pantallas está aumentando notablemente y es probable que continúe haciéndolo en los próximos años. A medida que avanza la tecnología, los retailers buscan mejorar la resolución de las pantallas comerciales, la eficiencia energética y el software en sí. Por tanto, no se trata únicamente de una demanda creciente de instalación, sino también de actualización o renovación.

Ponga ejemplo de funcionalidades de sus productos beneficiosas para el retail.

A nivel de software, las funcionalidades son totalmente personalizables y nuestros productos se adaptan plenamente al estilo e interfaz que el negocio minorista quiera implementar. Nos enfocamos en garantizar un hardware a medida con protección de vidrio duro que garantiza la durabilidad contra el uso diario y los factores ambientales; el cumplimiento según necesidades de control y montaje; paneles respetuosos con el medio ambiente, de larga duración y con muy bajo consumo de energía.

Desde Hannspree, ¿se prevé seguir ampliando este negocio?

Sin duda, es un segmento de mercado que no hace más que expandirse. Cada vez son más los verticales de negocio que requieren de este tipo de soluciones y las empresas son conscientes de que el retail debe ofrecer un punto diferencial que sepa sacar las ventajas de la digitalización para optimizar la omnicanalidad. Por tanto, para Hannspree es un área fundamental.

De hecho, hemos registrado un crecimiento continuo superior al 50% año a año (YoY) en el negocio open-frame en los últimos tres años.

Candelsa celebra en Sitges (Barcelona) su 50 aniversario

Bajo el lema "El futuro es Now", a mediados de septiembre, Candelsa celebró su 50 aniversario en un evento en la localidad barcelonesa de Sitges. Al mismo asistieron cerca de 250 invitados entre asociados, clientes y proveedores.



El equipo directivo de Candelsa.

■ Candelsa repasó su trayectoria a lo largo de estas cinco décadas, destacando su capacidad de adaptación, la cohesión y el aprovechamiento de oportunidades. En este sentido, su reciente plan estratégico 2020 ha permitido a la empresa crecer en valor, evolucionar sus tiendas, ampliar superficie y establecer nuevas unidades de negocio.

En 2021, las ventas de Candelsa alcanzaron los 119,99 millones de euros, el 9,67% más que en 2020 y la mayor cifra en cuatro años. Esta mejora de resultados tiene que ver con el plan de desarrollo y modernización de tiendas de Candelsa, que pasó de 17 establecimientos reconvertidos

en 2017, a 95 en 2021, quedando pendiente aún 42 tiendas más. Ello ha supuesto un esfuerzo inversor por parte de Candelsa de 6 millones de euros en dicho periodo.

También, la integración de la cadena Miró, con sus 28 tiendas + la online, que aportaron 22 millones de facturación.

De cara al conjunto de 2022 Candelsa espera alcanzar un volumen de negocio de 122,90 millones de euros. Para ello, por ejemplo, se ha apostado por los productos de mayor eficiencia energética, promocionando, con motivo del 50 aniversario, las ventas de este tipo de productos con cheques regalo. Asimismo, para 2023 los retos de Candelsa pasan por convertirse cada vez más en una central de servicios que facilite las herramientas para una mejor gestión y optimización de sus asociados. Con una clara apuesta por la transformación digital, así como la importancia de la gestión del talento por parte del equipo humano de la compañía.

Ingram Micro revela su estrategia para 2023

Cerca de 2.500 profesionales del sector se reunieron con más de 90 fabricantes de la categoría de Samsung, Xiaomi, Hp, Fujitsu, Intel o Canon, entre otros; durante la 19ª edición del Symposium de Ingram Micro, celebrado en Barcelona el pasado 22 de septiembre.



■ El encuentro sirvió para generar un escenario de negociación y networking para las áreas de Core Business, Cloud Services, Datacenter, Seguridad, ProAV y DC/POS.

Los cuatro focos de Ingram Micro

El mayorista inició la jornada con una rueda de prensa para los medios en la que aprovechó para dar a conocer cuáles serán sus focos principales en su estrategia para 2023. En concreto, se centrará en ofrecer servicios y soluciones, generar nuevas demandas, facilitar y ayudar a sus clientes en programas financieros, y aportar información y conocimientos sobre todos aquellos ámbitos que puedan reforzar el negocio de sus partners. Ejemplo de ello es su capacidad e interés por orientar a clientes y fabricantes en la adquisición de subvenciones procedentes de los Fondos Next Generation, así como la ayuda que ofrece para resolver problemas de seguridad o el soporte y asesoramiento durante la transformación exponencial de los minoristas para adaptarse al nuevo entorno.

Nueva versión de SMB Machine

Para dar respuesta a todos los retos que se plantea, la compañía está en constante desarrollo de nuevas soluciones y servicios. Sin embargo, también destaca el soporte que recibe de sus centros de excelencia alrededor del mundo y de programas como el SMB Machine, del que lanzó una nueva versión en mayo bajo el nombre NEW SMB Machine. Por el momento, ya ha logrado atraer a 1.700 nuevos clientes gracias a sus numerosas ventajas, como acceso inmediato a línea de riesgo, descuentos en los pedidos web, flexibilidad en los plazos de devolución o stock exclusivo para clientes, entre otras.

Mayorista en expansión

Cabe destacar la expansión de Ingram Micro durante los últimos meses. De hecho, la compañía se ha visto involucrada en proyectos pioneros, como es el caso de La Pedrera Magical Vision, una innovadora experiencia de realidad mixta. También se ha introducido en las categorías de baterías y placas solares, y ha seguido reforzando su catálogo gaming. Asimismo, con respecto a los servicios que ofrece, destaca una plataforma de seguros inteligente, sus centros de especialización y los distintos servicios financieros. Próximamente, lanzará una plataforma de recompra de dispositivos móviles.

es-new.ingrammicro.com

MediaMarkt inaugura en Majadahonda su tienda más grande de España

El 30 de septiembre abrió sus puertas MediaMarkt TechVillage Majadahonda (Madrid). Con una superficie de 8.180 metros cuadrados en dos plantas y más de 20.000 referencias, se trata del mayor punto de venta de la cadena y de todo el sector a nivel nacional.



■ La nueva tienda MediaMarkt TechVillage sigue el modelo Lighthouse que la cadena ha implantado ya en Milán, Rotterdam, Berlín y Roma. Se trata de un concepto de tienda muy moderno, basado en grandes espacios a partir de los 7.000 metros cuadrados, con productos y servicios novedosos, áreas experienciales y boutiques de marcas.

Así, en MediaMarkt TechVillage de Majadahonda, que ha supuesto una inversión de más de cinco millones de euros, los

clientes pueden encontrar un espacio de movilidad eléctrica donde además de patinetes, o bicis, se venden motos y coches.

Además, junto a las tradicionales familias de línea blanca, telefonía, PAE o electrónica de consumo, la nueva tienda incluye por ejemplo una zona de fitness y nutrición, otra de productos reacondicionados e incluso un espacio para el alquiler de productos tecnológicos. De estos dos últimos, que forman parte de la apuesta de la cadena por ofrecer soluciones enfocadas en la sostenibilidad bajo la denominación BetterWay, se encargan terceros. En la tienda hay también una máquina para la recompra automática de teléfonos móviles, de manera que el usuario pueda entregar su viejo smartphone a cambio de un vale para gastar en MediaMarkt.

Igualmente, MediaMarkt Majadahonda incluye también una cafetería y zonas experienciales que irán cambiando, donde



los usuarios podrán probar y conocer mejor determinados productos novedosos. Porque si algo caracteriza al nuevo establecimiento es el grado de innovación de los productos y soluciones mostrados. Esta innovación se refleja también en los espacios propios de las marcas o boutiques que se sitúan en el perímetro de cada una de las plantas.

Boutiques

Las marcas que cuentan con espacios propios en la nueva MediaMarkt TechVillage son Apple, Xiaomi, Samsung, LG, Oppo, Cecotec, Asus, Bosch, Braun, Oral-B, De'Longhi, Dyson, Google, Haier, HP, Huawei, JBL, Lenovo, Logitech, Rowenta, Sony y Vivo. Junto a estas 22 boutiques de marcas tecnológicas hay que mencionar otras tres para servicios. Se trata de la de CaixaBank (financiación); Zurich Klinc (seguros) y TotalEnergies (energía). El acuerdo inicial para las boutiques es de tres años, si bien, la cadena busca establecer relaciones *win-win* a largo plazo con las marcas.

La nueva MediaMarkt TechVillage de Majadahonda, en la que trabajan 105 profesionales, dispone también, además de la línea de cajas, puntos de atención donde el cliente puede pagar sus compras.

Este modelo de tienda, que según fuentes de la cadena está demostrado que logra incrementos de las ventas entre un 20 y un 25%, llega precedido por el éxito experimentado ya en Milán o Rotterdam. De hecho, la de Majadahonda es la quinta Lighthouse de Europa. La siguiente tienda de este tipo en España estaría ubicada en Barcelona, donde MediaMarkt ya está buscando espacios.

www.mediamarkt.es

Previsiones MediaMarkt Iberia

MediaMarkt Iberia espera cerrar su ejercicio 2021-2022, finalizado a 30 de septiembre, con un crecimiento de su facturación de entre el 2 y el 4% con respecto a los 2.200 millones de euros conseguidos en su anterior ejercicio. El 22% de su facturación este año (unos 500 millones de euros) procederá del negocio digital. Igualmente, MediaMarkt habrá incrementado su cuota de mercado un 1%. Así lo explicó el responsable de la filial ibérica, Alberto Álvarez Ayuso, en la presentación de la nueva tienda TechVillage.

El nuevo establecimiento sigue la hoja de ruta de MediaMarkt para 2025, cuando espera contar con 150 tiendas en España (cerrará 2022 con 110), una cuota de mercado del 25% y facturar 3.000 millones, de ellos, una tercera parte, por su negocio online.

Para conseguir dicho número de tiendas, Álvarez Ayuso no descarta alguna operación similar a la que les permitió en 2021 hacerse con 17 tiendas Worten. Asimismo, para 2025, MediaMarkt quiere que cualquier cliente de España pueda recoger y/devolver productos a 10 minutos de su casa. Para ello espera disponer de más de 4.000 puntos de recogida, algo que será posible mediante acuerdos con operadores como Seur o Correos.

El principal responsable de la cadena a nivel ibérico también mencionó la importancia que los servicios están adquiriendo en el modelo de negocio de MediaMarkt, cuyo crecimiento en España ha sido del 50% en los últimos años. Igualmente se refirió al crecimiento de las ventas online, que le han llevado a ser actualmente el segundo actor del mercado digital nacional, solo por detrás de Amazon.

Las ventas globales de wearables caen un 6,9% en el segundo trimestre de 2022

Las ventas globales de dispositivos portátiles sufrió una caída interanual del 6,9%, situándose en los 107,4 millones de unidades vendidas. IDC atribuye este descenso a la inflación y al hipercrecimiento que el mercado ha experimentado en los últimos dos años.

IDC prevé una caída en las ventas de smartphones del 6,5%

IDC pronostica que las ventas globales de smartphones caerán un 6,5% en 2022, situándose en los 1.270 millones de dispositivos. La disminución se atribuye al contexto de incertidumbre, la inflación, las grandes tensiones geopolíticas y los desafíos macroeconómicos.

Encendido y apagado automático, la función más usada en los electrodomésticos conectados

El "Informe sobre los electrodomésticos conectados en España", de Haier, muestra que el 27% de los españoles usa su smartphone o tablet para controlar los electrodomésticos o dispositivos inteligentes.

Nueva tienda Milar en la localidad valenciana de Torrent

El nuevo establecimiento llega de la mano de la central de compras Comelsa y se suma a los otros 93 comercios que la compañía posee. Dicha apertura forma parte del proceso y estrategia de expansión de la empresa, alcanzando las 42 tiendas Milar en Valencia.

AECOC forma el grupo de trabajo sobre sostenibilidad del sector BTC

La Asociación de Fabricantes y Distribuidores constituye un grupo de trabajo sobre sostenibilidad en el sector de bienes tecnológicos. El grupo reúne a los responsables de sostenibilidad de empresas líderes: Amazon, ECI, Fnac, Groupe SEB, Philips, P&G y Segesa.

Nuevas normativas en el paradigma de la importación y exportación China

Se establecerá un nuevo control llamado ESTATICE-RoHS (independiente del actual ESTATICE) que regulará las pilas, baterías y acumuladores, los residuos generados por los RAEE, y las sustancias que pueden incluir los aparatos eléctricos y electrónicos (AEE).

España, líder europeo en las nuevas formas de compra digital

Según el estudio "El Retail Europeo 2021-2022", de GfK, el retail nacional experimentó un crecimiento del 7,7% respecto a 2019. Este auge se sitúa casi un punto porcentual por encima de la media europea, que se encuentra en el 6,8%.

PcComponentes recibe un premio por su servicio de atención al cliente

PcComponentes consigue el galardón "Elegido Servicio Atención al Cliente del Año" en la categoría de ecommerce de tecnología. Dicho premio reconoce la calidad y la labor del departamento de atención al cliente de la compañía murciana.

Cecotec cierra su ejercicio de 2021 con un crecimiento del 2,4%

Cecotec anuncia el cierre del ejercicio 2021 con una facturación de 307 millones de euros, lo que supone un 2,4% más que el año anterior. En concreto, destaca el crecimiento sostenido en el mercado nacional, así como la creciente expansión internacional.

Primer aniversario del Aula Virtual Activa

Durante esta primera temporada, Aula Virtual Activa ha alcanzado más de 200 usuarios activos y se han subido más de 50 cursos al portal. De este modo, Grupo Activa está cada vez más cerca de cumplir su objetivo de "universalizar el acceso a la formación de nuestros puntos de venta".

El Parlamento Europeo aprueba el cargador común USB-C

Todos los teléfonos móviles, tabletas y cámaras que se vendan en la UE deberán estar equipados con un puerto de carga USB tipo C para finales de 2024. Asimismo, a partir de la primavera de 2026, la obligación se extenderá a los ordenadores portátiles.

Las ventas de unidades de tabletas crecen un 0,15% en el segundo trimestre

Las ventas globales de tabletas se situaron en 40,5 millones de unidades durante el 2º trimestre de 2022, según datos preliminares de IDC. Esta cifra supone un crecimiento interanual del 0,15%. Nuevos proveedores como Xiaomi, OPPO, vivo y Realme superaron las expectativas.

Beko apuesta por la estética y el confort en su nueva gama de cocina

Beko presenta una nueva gama de cocina estéticamente armoniosa. Su objetivo es convertir la estancia en un espacio del hogar cómodo y confortable. Y es que, según la propia marca, "desde el confinamiento, la cocina ha recuperado una importancia vital".

Daikin Europe triplicará su producción de bombas de calor para 2025

Daikin Europe prevé triplicar la producción actual de bombas de calor de su fábrica para 2025, gracias a tres nuevas líneas de producción. La expansión forma parte de una estrategia de proximidad centrada en producir cerca del mercado.

Ingram Micro anuncia un acuerdo de distribución con Kymatio

Ingram Micro firma un acuerdo de distribución con Kymatio para ampliar su actual oferta de soluciones de ciberseguridad. Kymatio es una plataforma de gestión del ciberriesgo humano que prepara a organizaciones y personas frente a las amenazas de ciberseguridad.

Llega la quinta edición del International E-Waste Day

El 14 de octubre se celebró la 5ª edición del Día Internacional de los Residuos Electrónicos bajo el lema "Recíclalo todo, ¡por pequeño que sea!". El International E-Waste Day se centró en la reutilización, reparación y reciclaje de pequeños residuos electrónicos.

Smart TV: mercado y tendencias de consumo

Entre las principales tendencias que definen el mercado de los televisores destacan la apuesta por las Smart TV, la integración vertical, las pantallas grandes y de alta definición y las tecnologías incipientes como la AR, la VR y el 5G.

■ Según varias previsiones, la Copa Mundial de Fútbol de la FIFA Qatar 2022 provocará un aumento en la venta de televisores, propiciado por el hecho de que el gran evento deportivo se celebre en coincidencia con el Black Friday y el Cyber Monday. Sin embargo, el temor a las consecuencias de la inflación y a una posible rotura de stock debido a la crisis de componentes planea sobre las compañías del sector.

Tanto es así que, en Argentina, con el objetivo de fomentar el consumo de productos tecnológicos ante el Mundial de Qatar y minimizar el impacto de la inflación, el Gobierno ha anunciado el plan de cuotas fijas *Ahora 30*, orientado a financiar en hasta treinta cuotas la compra de Smart TV.

"The Future Viewing Experience", de Kantar

Con motivo de la Copa Mundial de Fútbol nos hemos informado acerca de las principales tendencias del mercado de las Smart TV. Lo hemos hecho de la mano de la empresa de medición de audiencias Kantar, que recientemente ha lanzado su nuevo informe *The Future Viewing Experience*.

Dicho informe presenta tendencias y oportunidades relacionadas con la forma de consumir contenido audiovisual; centrándose en una de sus secciones en las pantallas y la distribución. Detallamos a continuación las principales conclusiones del estudio, que asegura que "estamos ante la revolución de las Smart TV".

Integración vertical

"El auge de la televisión en streaming supone una batalla por el control del propio televisor". En este sentido, Kantar prevé que la integración vertical se convierta en una tendencia importante, ya que los grandes medios desean controlar toda la cadena (desde la producción de contenidos hasta su emisión). De hecho, algunos propietarios de medios están empezando a lanzar su propio hardware. Es el caso de Sky, con Sky Glass, y de Amazon, con su Amazon Fire TV Omni.

Protagonismo indiscutible de las Smart TV

La pandemia ha sacado a relucir el potencial y las múltiples funcionalidades que ofrecen las Smart TV. Tanto es así que, según Kantar, actualmente nos encontramos en un punto de inflexión en la penetración y el uso de este tipo de televisores. Recuperando sus palabras: "los consumidores utilizan cada vez más el televisor para reproducir contenidos directamente, conectándose a través de aplicaciones y servicios IP incorporados. Además, el aumento global de los servicios de SVOD es otro incentivo, ya que los espectadores buscan disfrutar de producciones de alta calidad en pantallas lo más grandes posible".

De hecho, datos de Kantar Comtech del primer trimestre de 2022 aseguran que en cinco mercados de la UE (Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia y España), el

64% de los hogares ya cuenta con una Smart TV. Además, según el estudio *Mercado de Smart TV (2022-2027)*, elaborado por Mordor Intelligence, se espera que esta tasa crezca a un ritmo del 3,17% a nivel global durante el periodo de estudio, con la región de Asia Pacífico como mercado más dinámico.

Pantallas: crecen en tamaño y definición

Según los mismos datos de Kantar Comtech, el 44% de los televisores de Francia, Alemania, Gran Bretaña, Italia y España tienen un tamaño de 45 pulgadas o superior. Además, las pantallas no solo están aumentando de tamaño, sino que la resolución de la imagen está experimentando un crecimiento paralelo.

En este sentido, el tipo de resolución (4K UHD, Full HD y HDTV) y de panel (LCD, LED, OLED, QLED, QD-OLED y MicroLED) son, en opinión de Mordor Intelligence, otros elementos que definen el mercado de las Smart TV. Sus previsiones apuntan que la tecnología QLED (Quantum Dot Light Emitting Diode), que necesita de una fuente de iluminación externa y usa nanopartículas (puntos cuánticos) para potenciar el brillo y el color de los píxeles individuales, experimentará una creciente adopción y conservará la mayor participación en el mercado.

Igualmente interesantes son los paneles QD-OLED (Quantum Dot-Organic Light Emitting Diode), que ofrecen un mejor brillo y una mayor saturación de colores. En el caso de la tecnología MicroLED, desarrollada por Samsung, cada punto de la imagen está formado por pequeños LED de colores rojo, verde y azul; reproduciendo así el 100% de los espacios de color y ofreciendo una capacidad superior de brillo y contraste. Finalmente, las pantallas OLED (Organic Light-Emitting Diode), cuyas celdas se iluminan a sí mismas sin necesidad de recurrir a una fuente de iluminación externa, permiten lograr mayores contrastes y negros mucho más oscuros.



Realidad virtual y realidad aumentada

Kantar asegura en su estudio que “se está invirtiendo enormemente en aplicaciones de realidad virtual y realidad aumentada para la televisión”. De hecho, se espera que, en un futuro no muy lejano, Apple lance un televisor de realidad aumentada. Y es que Mark Zuckerberg augura un panorama en el que “los televisores no serán objetos físicos, sino un software que funcionará en un metaverso”. Sin embargo, Kantar cree que el elevado nivel de co-viewing (visionado compartido) en las pantallas grandes no encaja con desarrollos como la VR o la AR, más adecuadas para experiencias de un solo espectador.

El 5G no sustituirá a la red doméstica

Recuperando las palabras de Kantar en su estudio *The Future Viewing Experience*, “aunque el 5G aumentará la incidencia del streaming directamente desde las redes móviles, es poco probable que sustituya a las redes domésticas. En la mayoría de los hogares será necesario un router central debido al número de dispositivos conectados que no resultan prácticos para conectarse directamente al 5G. El concepto de red doméstica seguirá existiendo”.

www.kantar.com

www.mordorintelligence.com

**Cecotec / www.cecotec.es**

Cecotec amplía su catálogo e irrumpe en la gama marrón con sus Smart TV Cecotec, con una resolución UHD 4K y Android TV. La línea cuenta con cinco series diferentes para sus tres categorías (LED, QLED y OLED) y sus tamaños van desde las 43 hasta las 65 pulgadas. Los Smart TV Cecotec están impulsados por un procesador Quad Core de cuatro núcleos e incorporan conectividad HDMI 2.1 con una velocidad de transferencia de hasta 48 Gbps. También cuentan con Pure Dimming, Pure Move y Pure Outline; y disponen de ALLM (auto Low Latency Mode); tecnología QLED con QUANTUM DOT; pantalla con profundidad de color de 10 BITS y WIDE COLOR GAMUT 96% DCI-P3, que amplía a más de mil millones de colores.

**Sony / www.sony.es**

El modelo Bravia XR A95K, lanzado a principios de 2022, cuenta con el Cognitive Processor XR, un procesador capaz de reproducir el contenido tal y como lo percibe el ojo humano -realizando un análisis cruzado de las imágenes- para ofrecer una profundidad real, un contraste extraordinario y unos colores vivos. Además, el nuevo panel OLED (QD-OLED) combinado con XR OLED Contrast Pro, ofrece una paleta de colores más amplia y hasta un 200% de brillo del color en comparación con los televisores OLED convencionales. Acous-

tic Surface Audio, por su parte, utiliza accionadores especiales para convertir la pantalla en un altavoz multicanal; mientras Bravia Cam, una cámara de televisor, reconoce dónde está sentado el usuario y optimiza la imagen y el sonido en consecuencia, a la vez que ofrece control del televisor por movimiento.

**Samsung / www.samsung.com**

Los televisores Neo QLED 8K de 2022 están equipados con el Procesador Neural 8K con Inteligencia Artificial. Dicho procesador cuenta con 20 redes neuronales de IA independientes que analizan las características del contenido y la calidad de la imagen. Otra innovación tecnológica es el Real Depth Enhancer, una funcionalidad que escanea el contenido maximizando el contraste y realza el objeto mientras mantiene el fondo sin procesar. En combinación con los potentes Mini LEDs, el Procesador Neural 8K crea una iluminación precisa y controlada, denominada Control Adaptativo de la Forma de Luz (Shape

Adaptive Light Control). Los nuevos LED 2022 de Samsung han recibido la primera certificación "Pantone Validated" del mundo en materia de pantallas, conforme reproduce con autenticidad más de 2.000 colores y 110 tonos de piel.



Sunstech / www.sunstech.es

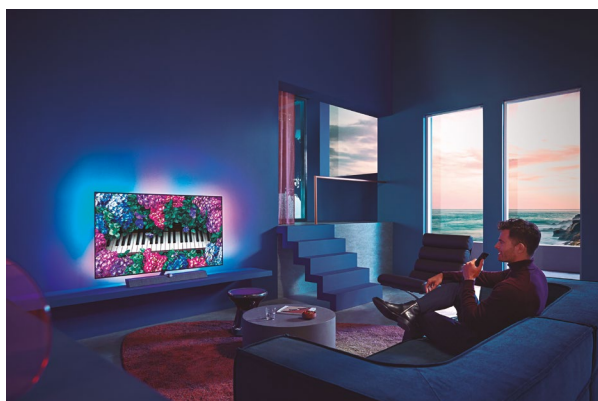
Sunstech lanza al mercado su nueva familia de televisores inteligentes Sunstech Android TV compuesta por los 32SUNATV11 y 40SUNATV11, de 32 y 40 pulgadas, respectivamente. Ambos cuentan con el sistema operativo Android TV 11, la versión más actualizada del sistema operativo de Google para TV, que incorpora el Asistente de Google de activado por voz para buscar contenidos, grabar programas, abrir aplicaciones como Netflix, YouTube, Prime Video. Ambos productos aseguran una excelente calidad de imagen gracias al panel LED Full HD de alta definición. Con una resolución máxima de 1.920 x 1.080 píxeles. En cuanto a conectividad, se podrán reproducir contenidos directamente desde los puertos USB o enviando la señal vía Chromecast de manera inalámbrica desde cualquier dispositivo móvil. En este sentido, la tecnología Android TV ofrece la mejor experiencia e interfaz de usuario, actualizaciones periódicas y todas las aplicaciones y servicios de terceros aprobados por Google.



TCL / www.tcl.com

TCL presenta nuevos televisores inteligentes Mini LED y QLED para ofrecer entretenimiento conectado con tecnología de visualización avanzada. Así, TCL añade cuatro nuevos modelos a su gama Serie C: TCL Mini LED 4K TV C93 Series y C83 Series, TCL QLED 4K TV C73 Series y C63 Series. Los televisores C93 y C83 Mini LED con Google

TV han sido galardonados con el premio Red Dot Design Award. El C93 es el modelo insignia, ya que cuenta con un sistema de sonido completo integrado y miles de Mini LED con casi 2.000 zonas de regulación local. El C83, por su parte, combina la última generación de Mini LED, QLED, 4K HDR Premium 1000 y Motion Clarity Pro de 144 Hz. Dentro de la gama de televisores TCL QLED, la Serie C73 cuenta con QLED, 4K HDR Pro, Motion Clarity Pro de 144 Hz, Game Master Pro, HDMI 2.1, ALLM, 144 Hz VRR, Freesync Premium, TCL Game Bar y los últimos formatos HDR compatibles. Asimismo, TCL anuncia el lanzamiento de la Serie C63, un televisor QLED 4K superior diseñado para ofrecer una amplia gama de experiencias de entretenimiento con Google TV; así como los nuevos televisores 4K HDR con Google TV: las Series P73 y P63.



TP Vision / www.tpvision.com

La línea Philips Ambilight TV se amplía con dos modelos OLED+ y un Mini-LED set. OLED+937, líder de su gama, está disponible en 65 y 77 pulgadas, e incluye procesamiento de imagen Philips P5 AI Intelligent Dual Engine de 6ª generación y una nueva generación del sistema de sonido Bowers & Wilkins con altavoces laterales y 95W de potencia de salida. OLED+907, por su parte, está disponible en 48, 55 y 65 pulgadas, con un sistema integrado de sonido frontal 3.1

Bowers & Wilkins. El set Mini-LED PML9507 cuenta con un panel vertical con pantallas de 55, 65 y 75" con una potencia lumínica de 1500 Nits con retroiluminación Mini-LED.



Grundig / www.grundig.com

Grundig apuesta por sus televisores Smart TV, que proporcionan una experiencia sensorial y envolvente. Estos incorporan el sistema Android TV para facilitar el acceso a aplicaciones, plataformas, programas y películas. Además, el asistente Hey Google permite el control por voz del dispositivo y, gracias al Chromecast Built-In integrado, pueden compartir contenido directamente desde el teléfono. En cuanto a calidad de imagen, televisores como el modelo GFU7960B disponen de tecnología UHD+, que permite redefinir la

visión y alcanzar una resolución cuatro veces superior a la de Full HD. Por otro lado, con el sistema de audio Magic Fidelity Dolby Original, Grundig ha desarrollado un algoritmo de sonido para una experiencia auditiva envolvente. Si dicha tecnología, presente en los televisores Vision 8, se combina con Magic Fidelity Dolby Original, el resultado es una experiencia 360°.



Xiaomi / www.mi.com

Xiaomi lanza, junto con Amazon, una nueva línea de televisores inteligentes: la Serie F2 de Xiaomi TV con Fire TV. Esta proporciona una ultra alta definición 4K de primera calidad con MEMC de 60 Hz e incorpora tecnología DTS-Virtual (X, Dolby Audio y DTS-HD) para lograr un sonido envolvente. La Serie F2 cuenta con el panel WCG (Wide Colour Gamut), una tecnología diseñada para aumentar la profundidad y la saturación del color; así como

una amplia selección de aplicaciones como Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, YouTube, DAZN, Atresplayer, Mitele y RTVE Play. A su vez, el mando a distancia por voz con Alexa permite controlar la TV mediante órdenes verbales. Cabe señalar, finalmente, que el Airplay de Apple también está integrado, lo que permite la transmisión directa desde dispositivos móviles.



Panasonic / www.panasonic.com

Panasonic lanza siete series de televisores en España, con paneles de entre 32 y 77 pulgadas. En concreto, se trata de modelos incluidos en su nueva gama de televisores OLED y LED con Android TV. Nos centramos en el modelo OLED LZ2000 (disponible en 77, 65 y 55 pulgadas) que cuenta con el panel de última generación Master OLED Pro, diseñados para ofrecer un mayor brillo en los picos más altos de los modos Original Cine, Cine, Filmmaker y Profesional. Esto se debe al procesador HCX Pro AI de Panasonic, que trabaja junto a los sensores avanzados de brillo ambiental y a la temperatura de color de la IA para ajustar cada tono de color de la manera más realista en función de la luz ambiental. Además, los televisores de la serie LZ2000 ofrecen sonido direccional y el sistema de audio de 360°

Soundscape Pro de Panasonic.



LG / www.lg.com

LG OLED Flex, también conocido como LX3, cuenta con la primera pantalla OLED flexible de 42 pulgadas del mundo. El nuevo televisor de LG proporciona multitud de opciones de personalización de pantalla. En este sentido, la modificación de la curvatura (hasta 900R) puede adoptar 20 niveles diferentes y también se puede personalizar la inclinación y la altura del televisor. Otra de las funciones integradas es el Switching Hub, que permite intercalar el micrófono incorporado en el panel con otros dispositivos conectados a un PC a través de sus puertos USB. Además, LG OLED Flex ofrece un buen contraste, negros profundos, colores 100% fieles, tiempo de respuesta ultrarrápido de 0,1 milisegundos y muy baja latencia gracias al procesador inteligente $\alpha 9$ Gen 5, con algoritmos que modifican la imagen a medida que se va consumiendo el contenido. Finalmente, LX3 incorpora Dolby Vision a 4K 120 Hz, las últimas conectividades de HDMI 2.1, frecuencia de actualización variable y modo automático de baja latencia. Además, su pantalla flexible es compatible con G-SYNC y está certificada por AMD FreeSync Premium.



PcComponentes / www.pccomponentes.com

PcComponentes lanza su primera marca propia de televisores, Nilait, que arranca presentando siete modelos de producto. Los nuevos televisores se caracterizan por incorporar una pantalla LED con tecnología de retroiluminación Direct LED y por ofrecer una resolución de hasta 4K Ultra HD. Asimismo, las referencias con funcionalidades inteligentes se refuerzan con el sistema operativo Android TV. Todo ello, en un abanico de modelos que van desde las 32 hasta las 55 pulgadas. A través de Nilait, PcComponentes pretende aportar calidad a precios asequibles ofreciendo una serie de televisores con óptimas funcionalidades y especificaciones que se comercializan a un rango de precios que va desde los 157,99 hasta los 379,99 euros.



Hisense / www.hisense.es

Hisense presenta su nueva gama de Smart TV de las series A85H, U8HQ, U7HQ, A7GQ y A63H, así como las Láser TV 100L5F-B12, 120L9G. De entre todas ellas cabe destacar el modelo Hisense U7HQ, elegido como televisor oficial de la Copa Mundial de la FIFA Qatar 2022. Se trata de un producto ULED 4K con gran nitidez y alto contraste de la imagen gracias a las tecnologías de control de la retroiluminación LED de gestión del color y al motor Hi-View que incorpora. Dicho motor cuenta con un algoritmo capaz de simular una red neuronal, optimizando de forma inteligente la imagen a través del aprendizaje profundo para una visualización adaptativa. Además, U7HQ incorpora la tecnología Dolby Vision IQ, capaz de optimizar automáticamente las imágenes HDR según el contenido que se emita en cada momento y las condiciones de luz externa.

Inteligencia, conectividad y sostenibilidad marcan la pauta en los nuevos productos

Estamos viviendo una revolución continua en el mercado electro que se traduce en dispositivos y productos cada vez más inteligentes y autónomos, a la par que más sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.



El hogar conectado no tiene vuelta atrás. Imagen de la IFA 2022.

■ Basta darse una vuelta por cualquiera de las ferias del sector tecnológico y/o de electrodomésticos para tener claro hacia dónde se encamina el sector. Lo hemos visto por ejemplo en la pasada IFA 2022, celebrada en Berlín a primeros de septiembre.

Así, en la feria alemana de electrodomésticos y electrónica de consumo los grandes protagonistas han sido la sostenibilidad y la conectividad inteligente para hacer la vida de los usuarios mucho más cómoda y confortable, haciendo el menor daño posible al planeta.

Estos temas estuvieron también muy presentes en las conferencias magistrales de IFA2022. Ejemplo de ello fue la ponencia de Hakan Bulgurlu, director ejecutivo de Arçelik, empresa matriz de Beko. En ella, invitó a la industria de productos electrónicos para el hogar y al consumidor a colaborar para hacer frente al cambio climático y reducir la contaminación.

En la misma línea, Gwenaëlle Avicé-Huet, directora de estrategia y sostenibilidad de Schneider Electric, amplió el tema y analizó cómo los dispositivos para el hogar inteligente pueden potenciar que los hogares sean más sostenibles.

Otro de los temas tratados en las conferencias fue la conectividad inteligente y cómo esta genera experiencias completas y sin fisuras. Por un lado, Cristiano Amon, director ejecutivo de Qualcomm, exploró el enorme potencial de los servicios y dispositivos conectados en el futuro.

Por otro lado, George Zhao, director ejecutivo de Honor, y Tony Ran, presidente de Honor Europa, mostraron cómo estas experiencias ya están cobrando vida. Finalmente, William Tian, presidente de Huawei Consumer Business Group Western Europe, mostró la integración de dispositivos. Desde smartphones y oficinas inteligentes, hasta productos de salud y fitness.

Electrodomésticos inteligentes

Por lo que respecta a esta tendencia, se traduce en productos que cada vez dejan menos espacio a la improvisación, a los fallos y a la intervención humana. Frigoríficos con detectores y/o mecanismos que se abren sin tocarlos, cuando se necesita; lavadoras que seleccionan automáticamente el programa idóneo de lavado en función de la colada y a las que no hay que estar añadiendo detergente cada vez; o robots, de cocina y de limpieza, que saben lo que tienen que hacer sin que apenas les prestemos atención.

Sostenibilidad

En paralelo, los fabricantes muestran su lado más amigable con el planeta y sus recursos mediante el lanzamiento

Actualmente estamos viviendo una auténtica revolución en lo que a la concepción de productos se refiere, con un grado de tecnología cada vez más elevado

de productos que emplean materiales reciclados y reciclables, con una mayor durabilidad también, a través de actualizaciones de software. Dispositivos, como los de la gama de lavado, que consumen menos electricidad y agua y que suponen un ahorro no sólo económico, sino también de recursos para el planeta.

En las páginas siguientes hemos recopilado una selección de nuevos productos de las diferentes categorías que, de alguna manera, reflejan las nuevas tendencias del sector electro. En muchos casos, se trata, además, de novedades que fueron presentadas en la pasada edición de la feria IFA, a primeros de septiembre.



Los productos sostenibles y que promueven un estilo de vida sano, son otra gran tendencia. Imagen de la IFA 2022.

Sostenibilidad por bandera

En la pasada IFA, Grundig puso el foco en ayudar al consumidor a hacer frente a los actuales retos ambientales. La firma quiere empoderar a los hogares con sus productos sostenibles, convencida de que las acciones cotidianas pueden tener un gran impacto a largo plazo.



Así, diseñada bajo estrictos estándares de diseño, calidad y eficiencia, la nueva gama de Grundig, compuesta por electrodomésticos para el cuidado de la ropa, de cocción, entretenimiento y cuidado personal, tiene como objetivo ayudar a los consumidores a vivir de manera más sostenible. En este sentido, destacan sus **lavadoras** con tecnología FiberCatcher, que filtran hasta el 90% de las fibras sintéticas liberadas durante un ciclo de lavado, evitando así que terminen en el medio ambiente. Además, tanto el cartucho del filtro como la cuba de cada lavadora, están fabricados con plástico reciclado.

Por su parte, los **frigoríficos** de Grundig incorporan el nuevo sistema de circulación de aire AeroFresh, que mantiene los alimentos frescos durante un 30% más de tiempo que los frigoríficos convencionales. La salida del aire frío por los laterales a lo largo del frigorífico proporciona una circulación de aire homogénea en todas las alturas para que los alimentos se conserven mejor y más frescos durante más tiempo. En la misma línea, tecnologías como VitaminZone, FullFresh+ y OdourFresh+ proporcionan un ambiente perfecto dentro del frigorífico para completar las condiciones óptimas de frescura y conservación de los alimentos. En cuanto a los nuevos **hornos** Grundig, están equipados con la tecnología HotAero Pro, que consigue una cocción perfecta gracias a la distribución homogénea del aire caliente por toda la cavidad. Además, su aporte de vapor durante la cocción da como resultado recetas jugosas y perfectamente cocinadas, lo que también ayuda a evitar el desperdicio alimentario. La gama incluye modelos pirolíticos, un sistema que lleva el horno a altas temperaturas para reducir la grasa y la suciedad a cenizas, facilitando su limpieza.



Los **lavavajillas** de Grundig también destacan por sus tecnologías eficientes, como Doormatic (apertura de puerta automática); DeepClean (crea zonas de lavado intensivo); HygieneCare (elimina el 99,9% de bacterias y virus); y ProDose (calcula automáticamente y usa la dosis de detergente estrictamente necesaria). Equipadas con tecnología de bomba de calor y sensores innovadores que detectan los niveles de humedad, con la tecnología Express Dry las **secadoras** Grundig pueden secar la ropa incluso a temperaturas bajas. Esto implica mantener el consumo de energía al mínimo. Esta tecnología permite secar hasta 5kg en tan solo una hora.

Beko



Beko, por la conservación del planeta

Beko, una de las tres principales marcas de electrodomésticos de Europa, mostró en la IFA 2022 sus nuevos productos sostenibles y eficientes que reducen el consumo de agua, energía y detergente.

Para la compañía, este es un tema fundamental, como reconoció en la feria el consejero delegado del grupo Arçelik – al que pertenece Beko–, **Hakan Bulgurlu**. Concretamente, el directivo hizo un llamamiento a la acción de todo el sector para hacer frente al cambio climático. “La humanidad se encuentra en una encrucijada en la historia de nuestro planeta. En un momento así, la sostenibilidad debería ser un modelo de negocio obligatorio y no una mera cuestión de costes”, dijo Bulgurlu.

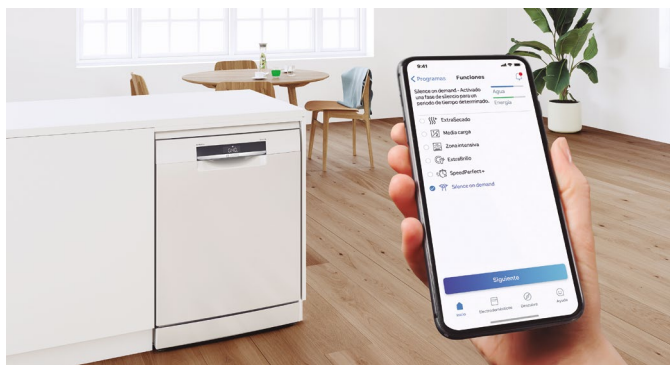
Entre las principales novedades de Beko figura la tecnología **SaveWater** para lavavajillas, que reutiliza el agua del último aclarado para hacer el primer enjuague del siguiente ciclo. Así, ahorra hasta 2,6 litros de agua por ciclo en comparación con un lavavajillas estándar (9,5 litros/ciclo). Por lo tanto, el lavavajillas Savewater de Beko consume sólo 6,9 litros/ciclo, ofreciendo un ahorro para el consumidor y para el planeta.

En la misma línea, la tecnología **AutoDose** para lavavajillas y lavadoras, dosifica la cantidad óptima de detergente, en función de la carga y la suciedad. Ello supone un ahorro de detergente de hasta el 28% en lavavajillas, que a su vez se traduce en un menor vertido de productos químicos. Otro avance es la tecnología **AquaTech** de Beko, que reduce el tiempo de lavado a la mitad, disminuyendo el consumo de energía un 30% con respecto a las lavadoras de clase ‘A’. Esta tecnología mezcla previamente agua y detergente antes del lavado. Este efecto de presión del agua directa sobre los tejidos, garantiza unos resultados de limpieza perfectos, en menos tiempo.

En cocción, los electrodomésticos eficientes Beko apuestan por fomentar una dieta más saludable. Así, en la feria IFA, la compañía presentó una nueva placa de inducción flexible de 80 cm, y la nueva gama de hornos con soluciones de vapor y pirólisis. Esta última incorpora también la tecnología **AeroPerfect**, un innovador sistema de ventilación inspirado en la ingeniería aeronáutica que garantiza una distribución uniforme del aire caliente en todo el horno. Ello minimiza la variación de temperatura y garantiza una cocción uniforme y precisa en todo momento.



Los diferentes productos y tecnologías presentados por Beko en IFA son un reflejo del profundo compromiso de la compañía con la sostenibilidad y con la misión de desarrollar productos duraderos y de calidad que ayuden a los consumidores a vivir de manera más saludable y en armonía con el medio ambiente. La misión de sostenibilidad de Beko cubre todas las etapas del ciclo de vida de los productos, desde la materia prima hasta el final de su vida útil.



Bosch / www.bosch-home.es

Entre los más recientes lanzamientos de la marca figuran dos nuevos lavavajillas de libre instalación de la Serie 6, con eficiencia energética de clase C. Estos electrodomésticos están equipados con conectividad Home Connect para poder controlarlos cómodamente desde un dispositivo móvil, así como disfrutar de funciones adicionales a través de la app. Su sistema de

secado PerfectDry por Zeolitas garantiza el máximo cuidado de la vajilla y más eficiente. Además, están equipados con una zona ExtraClean en la cesta superior, que permite un lavado más intensivo con resultados perfectos hasta en el menaje con suciedad más resistente.



Hisense / www.hisense.es

Hisense ha lanzado nuevas lavadoras de la línea PureStream centradas en la sostenibilidad. Ello se traduce en ciclos de lavado más cortos, programas específicos y bajo consumo de electricidad y agua. Así, la mayoría de modelos cuentan con la calificación energética A. Pensadas para familias numerosas y con una carga mínima de siete kilos, estas lavadoras ofrecen un amplio rango de programas y funciones para numerosas necesidades. Destaca el lavado rápido, que

acorta el tiempo de lavado de cualquiera de los programas. El programa Power Wash, diseñado para una carga ligera de ropa no muy sucia, dura menos de una hora, pero activando el lavado rápido se reduce a tan solo 32 minutos.



Haier / www.haier-europe.com

Haier presenta Washpass, una lavadora con servicio de suscripción para el detergente que utiliza Inteligencia Artificial. La lavadora es capaz de seleccionar el programa más adecuado, la mezcla y las dosis de detergentes a utilizar; aparte de detectar cuándo se están agotando los recambios de detergente y realizar automáticamente un nuevo pedido de nuevas botellas que se entregan

directamente en el domicilio del usuario. Esta propuesta innovadora integra una suscripción con una lavadora de diseño premium, de alta tecnología y conectada, con un rendimiento de lavado y protección de las prendas, hasta un 70% superior a los de anteriores modelos.



Fagor Electrodoméstico /

www.fagorelectrodomestico.ciom

Fagor Electrodoméstico participó en la pasada feria de la cocina, Espacio Cocina SICI 2022, celebrada en Valencia a finales de septiembre. Entre los electrodomésticos presentes en la muestra, además de modelos de la gama de cocción y encastre, estaba la gama de lavado DreamWash 2.0. Dicha gama cuenta con modelos de hasta 9 kg de carga y dispone de tecnología de autodosificación de detergente OptiDose. Dichas lavadoras también integran el sistema de desinfección con luz ultravioleta UV-C Hygiene. Además, la gama DreamWash 2.0, de lavadoras, secadoras y lavasecadoras de gran capacidad, está enfocada también en ofrecer una mayor eficiencia energética.



AEG / www.aeg.com.es

AEG presentó en IFA 2022 su nueva gama de lavadoras y secadoras diseñada para ahorrar agua y energía. En concreto, se trata de equipos capaces de ajustar automáticamente el tiempo, el agua y el consumo energético de cada lavado. Asimismo, dichos productos también destacan por incorporar un filtro adicional que atrapa hasta el 90% de las fibras microplásticas liberadas por la ropa sintética. También incorpora el programa PowerClean, que limpia las prendas de manera eficiente a solo 30° C. Además, una función de vapor elimina los olores en 25 minutos y usando un 96% menos de agua que en un ciclo convencional.



Liebherr / www.home.liebherr.com/es

El fabricante alemán de frigoríficos participó en la pasada feria IFA, donde mostró sus primeros electrodomésticos integrados que se abren y se cierran automáticamente gracias a la función AutoDoor. El usuario solo ha de ejercer un toque suave, dar una orden por voz o activar cualquier acción desde la aplicación SmartDevice para abrir/cerrar la puerta de estos frigoríficos. Liebherr vuelve a incidir en la personalización de sus electrodomésticos, tanto por dentro como por fuera, a través del configurador MyStyle. En la última edición de IFA Berlín se pudieron ver, además, las nuevas plantillas de Wanderlust, ArtDeco e Industrial. Las soluciones de refrigeración de la firma son altamente conectables, pudiendo controlar funciones individuales o emitir notificaciones mediante la aplicación SmartDevice.



Entre los numerosos recientes lanzamientos de la marca figuran los siguientes:

Nutriboom

Extractor de nutrientes compacto y versátil para cortar, mezclar, licuar y moler alimentos de forma rápida y sencilla. Extrae la mayor parte de los nutrientes y vitaminas de los alimentos, para una dieta saludable. En unos segundos, permite preparar batidos, zumos, smoothies o cócteles en los que se aprovecha de forma íntegra el alimento, pues tritura hasta semillas, piel y tallos, gracias a sus 900W de potencia y a sus cuchillas de acero inoxidable. También tritura hielo o fruta congelada.

Sensei

Freidora de aire de 12 litros de capacidad para grupos numerosos. Es más grande que una freidora de aire convencional y más eficiente que un horno. Cuenta con 10 programas preestablecidos para cocinar patatas fritas, carne, pescado, marisco, pollo, hornear, asar, deshidratar, precalentar y descongelar. Además, incluye seis accesorios: 2 bandejas de horneado, bandeja de recogida de aceite, pinzas extractoras, cesta redonda giratoria de 2,9L y ganchos de asado.



SmartDigital

Este nuevo centro de planchado incorpora la tecnología SmartDigital, con un termostato digital que, automáticamente, ajusta la temperatura sin necesidad de tener que regularla de forma manual. Bastan 3 minutos para que el centro de planchado esté listo para usar.

Cuenta con un botón de bloqueo de seguridad -que facilita su transporte- así como con autoapagado de seguridad. Gracias a su potencia de 2.600W elimina fácilmente arrugas y permite un planchado más cómodo, tanto en el modo ECO como en el modo MAX. Además, cuenta con un golpe de vapor máximo de 325gr y vapor variable de 0-125gr/min en el modo MAX, características que convierten a este centro de planchado en uno de los más completos, potentes y eficientes del mercado.

N2

Fabricada en España, la almohadilla eléctrica N2 de Ufesa cuenta con cuatro niveles distintos de temperatura y con un tiempo de calentamiento de cinco minutos. Está dotada de tres tiempos programables: 45, 60 y 90 minutos y dos modos (modo libre y modo de parada automático). Es ideal y cómoda para molestias y dolores musculares. Tras 90 minutos de uso, su temperatura disminuye automáticamente al mínimo, manteniendo calidez y confort y aportando seguridad. Además, viene con una funda exterior extraíble y lavable.





Las últimas innovaciones de Cecotec pudieron verse en la pasada IFA 2022, en un stand experiencial de 500 m². La firma valenciana mostró sus nuevas tecnologías patentadas

en PAE, GAE y movilidad eléctrica, así como su entrada al mercado de la gama marrón con la presentación de su nueva línea de televisores. En este sentido, destaca la variada y potente apuesta de Cecotec en el área de movilidad eléctrica, materializada en la nueva gama de patinetes Bongo homologados, con control de estabilidad, y los ciclomotores eléctricos homologados New Makalu. Como gran aportación a la movilidad sostenible urbana, la empresa incorpora a su catálogo e-bikes y motocicletas eléctricas, que se lanzarán al mercado en los próximos meses.

En cuanto a las innovaciones de PAE de cocina, se mostraron a través de un showcooking. Destacan aquí la nueva batidora de mano y de vaso TotalDestroy, con doble cuchilla contrarrotante y dinámico Blades (Double Katanas) y el nuevo robot de cocina Mambo Touch, con TFT y APP para facilitar la interacción del usuario, además de los productos estrella de su catálogo, como el Txuletaco o las Ollas GM. De la gama Cumbia destacan las nuevas cafeteras megautomáticas, más compactas y diseñadas para optimizar el espacio en la cocina.

Más novedades de PAE son el nuevo aspirador vertical Conga Rockstar con Inteligencia Artificial, el robot limpia-cristales Conga Windroid, con doble difusor de agua y el robot aspirador Conga 9090 IA, el único robot aspirador del mundo que combina cuatro tecnologías: Inteligencia artificial 3Diana, ultrapotencia, fregado vibratorio y una base de autovaciado. En su gama de grandes electrodomésticos Bolero, Cecotec subraya las lavadoras Bolero DressCode, las secadoras Bolero DressCode Dry, los lavavajillas Bolero Aguazero, y los últimos lanzamientos incorporados a esta línea: los frigoríficos y congeladores Bolero CoolMarket, y las placas de vitrocerámica Bolero Squad.

Todas estas innovaciones han sido desarrolladas por el equipo de ingeniería y producto de Cecotec para abarcar las diferentes necesidades y estilos de vida de los usuarios y facilitar que la tecnología llegue a todos los hogares.



sogo



Tostadora SS-5475

Tostadora para 4 rebanadas que cuenta con control electrónico de hasta 6 niveles de temperatura, función de cancelación de ciclo, de descongelación y recalentamiento, mecanismo anti atasco, función de apagado automático, bandeja de migas extraíble, cuerpo y exterior de toque frío, patas antideslizantes y sistema guarda cable. Además, al ser una tostadora para 4 rebanadas, SS-5475 está dotada de una función mecánica dual con control de ranura independiente.

Tostadora SS-5470

Tostadora para dos rebanadas que presume de un color beige metálico y decoración de acero inox en la parte inferior. Puede tostar a 6 niveles distintos y cuenta con función de cancelación de ciclo, descongelación y recalentamiento. Además, su cuerpo y exterior son de toque frío para una máxima seguridad, sus patas, antideslizantes y tiene sistema guarda cable y luz indicadora.



Smokeless Smart Grill FRE-SS-10130



Combinación de parrilla y freidora de aire con tecnología de circulación de aire caliente y de alta velocidad de 360°, así como 10 funciones de menú y configuración manual para cocinar una amplia variedad de platos. Smokeless Smart Grill cuenta también con una pantalla LED digital y un panel de control táctil; sistema de gestión de temperatura ajustable (50°C-230°C); temporizador para apagado automático; y protección contra sobrecalentamiento.

Horno Freidora de Aire HOR-SS-10495

Electrodoméstico para cocinar de forma saludable que permite obtener menús con un 80% menos de grasa que en las freidoras convencionales. Este horno freidora ofrece configuraciones de cocción dual exclusivas, panel de control digital con pantalla táctil multifuncional, gran capacidad (30L), control de temperatura regulable (30-230°C), temporizador de 12 horas con apagado automático, función deshidratante ultrarrápida, 4 capas de cocción y 18 menús preestablecidos. Además, el Horno Freidora de Aire está hecho a partir de materiales de alta calidad y presume de una carcasa pintada de negro y una puerta de vidrio doble para mayor seguridad.



Freidora de Aire FRE-SS-10825



Freidora de aire multifunción con cesta doble y tecnología de circulación de aire caliente y de alta velocidad de 360°, capaz de cocinar con un 80% menos de grasa. Esta solución cuenta con el sistema inteligente "Smart Finish", para terminar de cocinar diferentes platos al mismo tiempo, y "Match Cook" para preparar grandes cantidades utilizando ambas cestas a la vez. El control de temperatura es totalmente ajustable (50°C-200°C) y el temporizador permite apagar el electrodoméstico automáticamente.

Daga

Daga inicia una nueva etapa, enfocada en proporcionar el máximo confort y bienestar a los usuarios con dispositivos de bajo consumo. En concreto, la compañía apuesta por el “new comfort” y el “physical wellbeing” consciente de la vinculación entre el bienestar físico y el mental. Así, ha patentado Intellisense, una innovadora tecnología desarrollada en Europa, que garantiza la máxima seguridad de los productos con un consumo reducido y un funcionamiento que permite adaptar constantemente la temperatura, según las necesidades de la persona. De esta manera, los productos Daga ofrecen un calentamiento rápido de 5 minutos y una seguridad óptima, ya que controlan la temperatura entre 25 y 50 veces por segundo.

Mantas eléctricas

Para reforzar el concepto new comfort, Daga cuenta con diferentes modelos de mantas eléctricas, como Daga Relax Suave Plus, Daga Relax Suave y Daga Relax Suave XL. Por un lado, el diseño de Daga Relax Suave Plus incorpora varios bolsillos forrados de “borreguito” para poder cubrir pies y manos. También cuenta con una suave textura aterciopelada, lo que, sumado a la tecnología Intellisense, ofrece bienestar y confort. A su vez, dispone de 6 niveles que se adaptan constantemente a la temperatura natural del cuerpo y del entorno; y de un mando separable para que la manta pueda lavarse, tanto a mano como en la lavadora. Su PVPR es de 104,90 €. Por otro lado, Daga Relax Suave y Daga Relax Suave XL incorporan 6 niveles de temperatura y un temporizador para 1, 3 y 9 horas. Además, se calienta en solo 5 minutos. Su precio es de 79,90 € y 99,90 €, respectivamente. La única diferencia entre ambos modelos es que la referencia XL está diseñada para dos personas.

Almohadillas

Daga ofrece también almohadillas térmicas. Es el caso de los modelos Daga Confort Multi y Daga Confort Multi XL, de forma rectangular y aptas para diferentes partes del cuerpo. Incorporan tecnología Intellisense, varias opciones de temperatura y un temporizador para el apagado. Su precio es de 44,90 € para el modelo estándar y 49,90 € para el modelo XL.

Además, para aquellos usuarios con dolores recurrentes en zonas localizadas, Daga cuenta con almohadillas térmicas diseñadas para áreas específicas. Estas son capaces de envolver perfectamente las zonas afectadas acorde a la morfología corporal, aliviando el dolor y la tensión de esa parte del cuerpo. Entre este tipo de productos destaca Daga Confort Cervical y Hombros (54,90 €), Daga Confort Cervical y Espalda (59,90 €) y Daga Confort Lumbar (56,90 €).





Secador Creativity 4 you

Secador de estilo profesional que incorpora un control digital del calor, un sensor que mide la temperatura 50 veces por segundo. Creativity 4 you también cuenta con la Ion Care Technology con iones positivos y negativos que eliminan el efecto electrostático. A su vez, está equipado con un motor profesional HTDC, súper potente, pequeño y ligero para un secado ultrarrápido.

Bellissima Steam Elixir

Plancha de vapor profesional que cuenta con la tecnología Steam Active Care, capaz de emitir la cantidad de vapor justa y necesaria para obtener un look alisado en una sola pasada y mantener así el cabello hidratado. Asimismo, dicha tecnología combinada con el revestimiento especial de las planchas de cerámica impregnadas de argán permite un óptimo deslizamiento y aporta un efecto ultra luminoso.

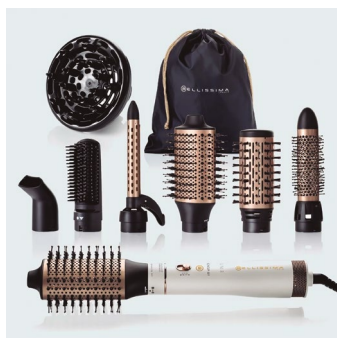


Bellissima My Pro Difon Ceramic

Solución dos en uno que combina difusor de aire caliente y secador para lograr unos rizos naturales. Equipado con tecnología Cerámica & Argan Oil, este difusor de aire caliente ejerce una acción anti encrespamiento y anti sequedad. Esto se debe al calor que desprende la cerámica impregnada en aceite de argán. Además, la Ion Care Technology mantiene el cabello hidratado, mientras que el control digital del calor lo protege del exceso de temperatura.

Bellissima Twist&Style

Innovador sistema modular que permite conseguir el look deseado gracias a su mango ergonómico, apto para insertar seis accesorios intercambiables en función del peinado a conseguir. Las opciones posibles son: Soft curls, para rizos suaves y definidos; Sculpted curls, para rizos pequeños y naturales; Loose waves, para ondas suaves; Mermaid waves, para ondas surferas; Hollywood waves, para ondas amplias y marcadas; y Glamour waves, para un look con ondas naturales, volumen en la raíz y puntas suaves. Una de sus principales ventajas es que al permitir girar 90 grados con un simple gesto y, además, está recubierta de cerámica para proteger el cabello del calor.



Bellissima Air Wonder

Moldeador de aire caliente que cuenta con el sistema Dry&Style 8 en 1, que incluye 8 accesorios que permiten realizar diferentes peinados al mismo tiempo que seca el cabello. Asimismo, su tecnología con emisión de iones reduce el efecto frizz y el revestimiento de cerámica y queratina protege la hidratación del cabello y lo mantiene elástico, sedoso y luminoso.

Remington



Pure Shea

Colección de **cerámica avanzada infundada con micro acondicionadores de aceite de Karité**. **Pure Shea** está compuesta por un **secador (D4740) DC** de 2200W, que incluye difusor y concentrador, 3 velocidades y dos temperaturas, así como rafaga de aire frío. Una **plancha (S4740)**, con placas flotantes extra largas y curvas que trabajan entre 150 y 230°C. Y un **rizador cónico** de 13 a 25 mm, de punta fría con control de temperatura regulable hasta 200°C.

Blow & Dry

Capaz de adaptarse a todo tipo de largos gracias a sus 5 cepillos de aire. El de **cabello corto (AS7100)** incluye dos cabezales, el de **media melena (AS7300)** tres cabezales y 800W, y el de **cabello largo (AS7500)** cuatro cabezales y 1.000W. **Blow & Dry** cuenta también con dos cepillos para todo tipo de largo: **AS7580**, un **cepillo de aire giratorio** de 1.000W con 3 cabezales intercambiables; y el **cepillo de aire AS770** de 1.200W, con 6 cabezales y un estuche de viaje.



Limitless

Nueva colección de **afeitadoras con cabezal Pivotball 360°C**. La bola que permite girar el cabezal hace que este se mueva sin esfuerzo, manteniéndolo en contacto con la piel. Además, **Limitless** cuenta con **cuchillas flexibles individuales** que afeitan en menos pasadas. La tecnología **Power-Sense**, por su parte, responde a la presión y mantiene la velocidad óptima durante todo el afeitado. El modelo **Limitless X9**, además, cuenta con memorización de batería (el indicador LED especifica cuántos afeitados le quedan).

Botanicals

Colección de **cerámica avanzada con micro acondicionadores enriquecidos con aloe vera, jojoba y rosa**. **Botanicals** cuenta con el ajuste **BotaniCare**, que ofrece una temperatura más baja (180°C) para proteger el cabello. La colección se compone de **secador, plancha, rizador y cepillo de aire**. El **secador (AC6850) AC** de 2.300W de 3 velocidades y 2 temperaturas, incluye concentrador, difusor y acondicionamiento iónico. La **plancha (S5860)**, por su parte, cuenta con revestimiento de cerámica avanzada y enriquecida con aloe vera, jojoba y extracto de rosa, ajuste BotanicCare, acondicionamiento iónico, placas flotantes y extralargas y control de temperatura digital (9 ajustes de 150 a 230°C).



Proluxe You

La familia **Proluxe You** se amplía con dos nuevos cepillos: uno **térmico** y otro de **aire**. El primero (**CB9800**) presenta una forma ovalada de **cerámica avanzada con diamante** para modelar el pelo. Por otro lado, el **cepillo de aire (AS9800)** cuenta con 3 cabezales intercambiables para secar, modelar o potenciar las raíces y aportar volumen. Ambos cepillos cuentan con la tecnología **StyleAdapt**, que se adapta, aprende y memoriza.

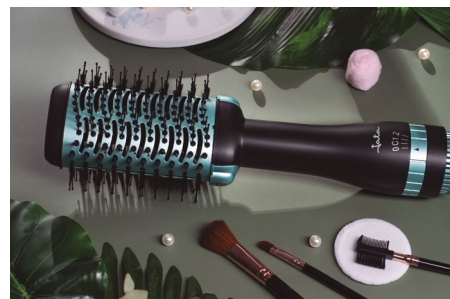
Jata

www.jata.es

Entre las novedades de Jata figuran una nueva plancha de asar fabricada y diseñada en España, con un aspecto totalmente renovado y con la resistencia patentada en forma de 'M' que permite cocinar por igual todos los alimentos, sin importar en qué parte de la superficie estén colocados. También, varias freidoras sin aceite de diferentes capacidades. Más lanzamientos incluyen varios modelos de batidoras de mano, así como una batidora individual de vaso. Una amasadora, envasadora, grills eléctricos, centro de planchado, hervidor, yogurtera o exprimidores son otras de las novedades de **cocina**.

En la gama **Beauty** también hay novedades, tanto para mujeres como para hombres. Es el caso, por ejemplo de un cepillo secador, un cortapelos o un secador de viaje que incluye estuche y toalla.

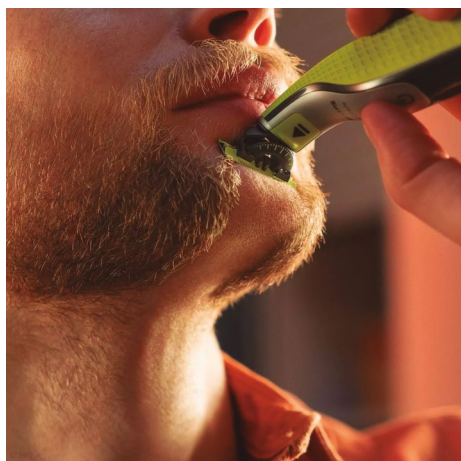
En la parte de **menaje** también se incluyen numerosas referencias como accesorios (mochilas térmicas para llevar alimentos, set de cuchillos y un afilador, cucharones, espátulas, aceiteras, balanzas de cocina, bomba para hacer el vacío o una mini batidora eléctrica con un molde de silicona con forma de dinosaurio para implicar a los más pequeños). Finalmente, destaca la nueva gama de **accesorios de vino** sacacorchos, aireador oxigenador, tapones, fundas o marcadores de copas y vasos.

www.taurus-home.com

Taurus

En la IFA 2022, Grupo Taurus presentó **Mycook Next**, un robot de cocina desarrollado y producido completamente por Taurus, con el que pretende liderar la nueva generación de productos de este tipo. En concreto, Mycook Next cuenta con una pantalla táctil de 10" con la que ofrece una experiencia de usuario más sencilla e intuitiva, proporcionando acceso a sus 30 funciones culinarias y a las más de 3.000 recetas del recetario online. Asimismo, para un mejor manejo se pueden filtrar dichas recetas por ingredientes o alérgenos. También se puede visualizar el contenido nutricional de cada elaboración y añadir ingredientes a la lista de la compra sincronizada con el smartphone. Siguiendo esta línea relacionada con la conectividad y las funcionalidades inteligentes, Mycook Next responde al control por voz mediante Alexa y Google Home. Además, incorpora el sistema patentado Mycook de calentamiento por inducción y balanza integrada en la misma máquina.





Philips / www.philips.es

Philips actualiza su afeitadora eléctrica OneBlade con la nueva cuchilla 360, que recorta, perfila y afeita cualquier barba sin esfuerzo, con una única herramienta de estilo. Compatible con todos los modelos de OneBlade existentes, se vende también por separado.

Incorpora un peine-guía ajustable 5 en 1, y su exclusivo diseño abierto permite, en un único accesorio un corte eficaz sin obstruir ni interrumpir la rutina de afeitado, incluso con vello largo y grueso.

La nueva cuchilla 360 también es de diseño bidireccional y puede utilizarse bajo la ducha. OneBlade 360 cuenta además con una versión conectada, que ayuda al usuario a conseguir el look deseado de manera visual y con seguimiento asesorado e incluye una práctica previsualización de las líneas de la barba en tiempo real.

iRobot / www.irobot.es

iRobot Combo j7+ es un robot aspirador y fregasuelos que se distingue de otros robots 2 en 1 porque aspira y friega en un solo trabajo de limpieza, ahorrando tiempo y manteniendo los suelos limpios y brillantes. Esta funcionalidad es posible gracias al paño que se eleva sobre la parte superior del robot cuando éste se encuentra con alfombras y moquetas – siendo el primer 2 en 1 de su tipo que implementa esta funcionalidad- evitando que se mojen las alfombras. Su PVPR es de 999 euros.



Panasonic / www.panasonic.com/es

Entre lo más nuevo de la gama de PAE para cuidado personal de la marca Panasonic figura, como pudo verse en la pasada IFA 2022, el secador NA9J, que combina tecnología nanoe y tecnología de doble mineral. De este modo, el secador logra ofrecer cuidado reparador al cabello, lo que se traduce en fortalecer la estructura del pelo. Incluye un difusor diseñado para mejorar el volumen en el peinado y proporcionar un mejor secado al cabello rizado.

**Garmin / www.garmin.com/es**

El smartwatch Venu Sq 2 de Garmin, presentado en el marco de la IFA 22, es un atractivo wearable con GPS integrado que destaca por su ergonomía y ligereza, así como por la infinidad de prestaciones que posee. Se presenta bajo un diseño rectangular equipado con una pantalla táctil AMOLED de 1,4" con superficie Corning Gorilla Glass. Además, ofrece hasta 11 horas de autonomía en modo smartwatch e integra un pulsómetro, para un exhaustivo seguimiento de la salud. Asimismo, mantiene al usuario constantemente conectado y comunicado. Todo ello se complementa con avanzadas funciones de seguridad y seguimiento de ubicación, como la detección caídas y golpes al hacer ejercicio o cualquier actividad al aire libre, que envía automáticamente un mensaje predefinido a los contactos de emergencia.

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

La reconocida compañía coreana ha presentado, recientemente, su primer monitor OLED para videojuegos: el Odyssey OLED G8 G85SB. Este innovador equipo estará disponible en un formato ultradelgado de 34 pulgadas, ofreciendo un brillo excepcional en un panel OLED asociado con la tecnología Quantum Dot y repleto de características premium para videojuegos, incluyendo un tiempo de respuesta increíblemente bajo de 0,1 ms, una tasa de refresco de 175 Hz y una resolución

QHD. Además, con el fin de ofrecer una experiencia inmersiva y realista a los usuarios, el nuevo monitor ofrece colores RGB reales y un negro puro para una máxima precisión de color y brillo. Todo ello, acompañado de una clara ventaja competitiva, la prestación AMD FreeSync Premium para juegos fluidos.

**Technics / www.technics.com/es**

Los nuevos auriculares true wireless Technics A800 con cancelación de ruido ofrecen una experiencia de sonido clara e inmersiva con una óptima sensación de rango y profundidad. Gracias a su unidad de control de 40 mm con diafragma de 3 capas, proporcionan unos bajos y altos claros y llenos de detalles, mientras que sus 8 micrófonos distintivos y la reducción avanzada del ruido del viento integrada garantizan llamadas nítidas. Pueden emplearse tanto en modo Ambiente Natural, que captura por completo voces y otros sonidos envolventes, como en modo de Atención, que reduce el ruido externo no deseado. Además, su diseño con almohadillas acolchadas y supersuaves se ajusta cómodamente sobre la oreja, distribuyendo la presión de manera uniforme en toda la cabeza.



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

La nueva solución Deco XE75 se presenta como un sistema Wi-Fi 6E Mesh Ai Triple Banda AXE5400. Destaca por su capacidad de proporcionar cobertura a superficies de hasta 668 m² (pack de 3 dispositivos) y hasta 510 m² (el pack de 2 dispositivos). Además, elimina las zonas donde la señal del router principal pierde calidad o no llega. A su vez, crea una red de acceso a Internet de máxima velocidad para todo el hogar que permite conectar hasta 200 dispositivos al mismo tiempo. Esto se debe a que emplea tres bandas juntas, alcanzando una velocidad de hasta 5.400 Mbps en total. Asimismo, la banda de 6GHz ofrece

un potente backhaul que optimiza aún más el rendimiento de la red Wi-Fi de los dispositivos que no son 6E. Todo ello bajo HomeShield, que protege la red del hogar y sus dispositivos con avanzadas funciones de seguridad.



Panasonic / www.panasonic.com/es

La barra de sonido HTB01 ofrece una experiencia sorprendentemente realista e inmersiva, gracias a los tres modos de juego desarrollados de forma conjunta con el equipo de sonido de Final Fantasy XIV Online de Square Enix. En concreto, cuenta con el Modo RPG, para juegos de rol y optimizado para Final Fantasy XIV Online; el Modo FPS, que ofrece una ubicación del audio precisa para oír sonidos sutiles; y el Modo Voz, el cual mejora las voces humanas y contribuye a la experiencia inmersiva de los juegos de aventuras. Además, integra la tecnología de audio Dolby Atmos/DTS:X, un sistema estereosférico en 3D que genera un espacio

acústico completamente envolvente, mejorando la detección precisa de sonido por parte de los jugadores. Dicho altavoz de presenta bajo un diseño compacto e integrado con tamaño de escritorio.



LG Electronics / www.lg.com/es

Llega la tercera generación de los portátiles LG Ultra, la gama de la firma enfocada a brindar un rendimiento premium a creadores y diseñadores de contenido. Con una amplia pantalla de marcos ultra finos, destaca el nuevo modelo LG Ultra 17U70Q (17"), que ofrece al usuario la máxima calidad de imagen. En este sentido, integra los nuevos procesadores Intel Alder Lake Core de 12ª generación y una memoria con el nuevo standard DDR5 de menor consumo y mayor. A esto, se le suman los nuevos discos duros SSD NVMe de 2ª generación y una actualización de su tarjeta gráfica a la nueva NVIDIA

GeForce RTX 3050Ti, con hasta 4GB de RAM. También sorprende su óptima conectividad, la cual se complementa con multitud de puertos para adaptarse a cualquier situación de trabajo.

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

El Xiaomi 12T Pro es el nuevo buque insignia de la firma china. Destaca por incorporar una pantalla AMOLED CrystalRes de 6,67" con funciones inteligentes como AdaptiveSync, lo que permite ofrecer una experiencia mega de visualización. Además, está impulsado por el mejor procesador Snapdragon, fabricado con 4nm TSMC, lo que mejora el rendimiento de su CPU y de su GPU y reduce el consumo de energía. Todo ello, entre otras características, se complementa con una configuración de cámaras de 200 MP que funciona con algoritmos avanzados de IA e incluye un zoom 2x y es compatible con el vídeo 8K. Su batería de 5.000 mAh cuenta con HyperCharge de 120W, lo que proporciona autonomía para hasta 13,5 horas de uso de pantalla y permite cargarse al 100% en tan solo 19 minutos.

**Urbanista / www.urbanista.com**

Los auriculares Los Ángeles de Urbanista son el primer modelo inalámbrico activo del mundo con cancelación de ruido y autocargables gracias a la energía solar. En concreto, se trata de un innovador producto que ofrece un tiempo de juego prácticamente ilimitado, puesto que al exponerlos a la luz interior o exterior continúan funcionando sin problema. Y es que, gracias a su tecnología ecológica avanzada, los auriculares pueden convertir toda la luz exterior e interior en energía. Los oyentes también pueden disfrutar de la cancelación de ruido activa híbrida avanzada, que funciona para reducir instantáneamente el ruido de fondo intrusivo. Alternativamente, el modo de sonido ambiental permite a los usuarios mantenerse al tanto de los sonidos del entorno. Asimismo, con la app Urbanista para iOS y Android es posible mejorar la experiencia de audio.

**Grundig / www.grundig.com/es**

Durante la celebración de la IFA 22, uno de los productos que ocupó el stand de Grundig fue el altavoz inalámbrico JAM Earth. Se trata de un artículo con calidad de audio premium y 3,5 W de potencia que cuenta con certificación IPX7 de resistencia al agua, lo que garantiza que pueda sumergirse por completo sin problema. Además, su batería integrada de polímero de litio y 2.500 mAh proporciona autonomía para hasta 30 horas, mientras que su cobertura de Bluetooth alcanza los 30 metros, aunque si se desea también puede conectarse mediante un cable MicroUSB. Sin embargo, su mayor aspecto diferencial es que está totalmente fabricado a partir de materiales 100% reciclados. Todo ello, se presenta bajo un diseño compacto de solamente 240 gramos y en color azul.



Sony / www.sony.es

El nuevo altavoz bluetooth SRS-XV900 para fiestas es el modelo más potente de la gama de altavoces inalámbricos de la serie X de Sony. En concreto, ofrece un sonido omnidireccional impulsado por su diafragma no circular, lo que garantiza más presión sonora y menor distorsión. Además, los drivers de rango medio ofrecen unas excelentes voces nítidas y los 6 tweeters, del frente, lateral y parte trasera, difunden los sonidos de alta frecuencia alrededor. Todo ello se complementa con 25 horas de autonomía, un mango y unas ruedas para facilitar su transporte, y la función única TV Sound Booster. Esta ofrece profundos graves y un sonido realista que potencian y mejoran la experiencia al ver la televisión. También incorpora una entrada para micrófono y una para guitarra para aquellos usuarios que quieran mostrar su talento.



OPPO / www.oppo.com/es

El nuevo smartphone OPPO Reno8 Pro 5G llega con grandes innovaciones en materia de imagen. Destacan los dos sensores emblemáticos de Sony: el RGBW IMX709 de 32 MP para la cámara frontal, que permite realizar selfies con mayor nitidez en condiciones de poca luz; y el sensor IMX766 de 50 MP en la cámara principal, con un óptimo rendimiento. Asimismo, incluye la NPU de imágenes MariSilicon X de desarrollo propio de la firma, que permite grabar con 4K Ultra Night Video y con 4K Ultra HDR Video. También cabe señalar su pantalla AMOLED con alta tasa de actualización, su batería de 4.500 mAh que puede cargarse al 50% en 10 minutos y al 100% en tan solo 30, y la combinación del chipset SoC MediaTek Dimensity 8100-MAX con la rápida memoria RAM LPDDR5 de 8 GB y el almacenamiento UFS 3.1 de 256 GB.

TCL NXTWEAR S



TCL / www.tcl.com

Llegan las TCL NXTWEAR S, la nueva versión de las gafas inteligentes de TCL. En concreto, incluyen una serie de actualizaciones capaces de enriquecer la experiencia de los usuarios, transformando cada viaje, vuelo o sesión de cine en casa en una experiencia de visualización mucho más grande y cinematográfica. Esto se debe a sus dos pantallas Micro OLED de 1.080 y a sus lentes frontales y de corrección. Además, su configuración es mucho más sencilla gracias a la rueda para el control del volumen

ubicada en la patilla izquierda de las gafas y a los comandos para ajustar el brillo y cambiar de modo 2D/3D de la patilla derecha. En cuanto a la accesibilidad, permite conectarse fácilmente a otros dispositivos inteligentes y ordenadores. Además, se le suman notables mejoras en calidad de pantalla y sonido.

Así fue la primera **feria IFA presencial** tras la pandemia

Del 2 al 6 de septiembre, se produjo el ansiado reencuentro del sector electro en la feria IFA de Berlín, una muestra por debajo de las cifras de ediciones anteriores, aunque igualmente representativa de la industria y de las tendencias de producto.



■ Con más del 80% del espacio del recinto ferial de Messe Berlin ocupado, el reencuentro fue muy positivo para gran parte de los expositores. Así, según la organización, hubo expositores que registraron un gran volumen de pedidos y llevaron a cabo un número inusualmente elevado de reuniones de negocios. Un hecho que no solo se atribuye a la emoción de recuperar los negocios interpersonales,

también al volumen de asistentes, con más de 161.000 visitantes, en su mayor parte, profesionales.

La cifra de visitantes, sin embargo, dista considerablemente de la alcanzada en la edición de 2019, la última antes de la pandemia. Entonces visitaron la muestra unas 245.000 personas.

A ello hay que sumar la presencia de más de 2.500 periodistas, la mitad, de medios de fuera de Alemania, lo que ha llevado la cobertura informativa de IFA 2022 a más de 100 países de todo el mundo.

En palabras de Martin Ecknig, director ejecutivo de Messe Berlin, *"Ha sido fantástico ver nuestros pabellones llenos una vez más. Recibí comentarios muy positivos de todas*



las marcas y minoristas globales con los que hablé. Por ello, estoy especialmente complacido de que hayamos registrado un número tan grande de profesionales de la industria y visitantes comerciales en IFA Berlín. Estamos en camino de que IFA recupere toda su fuerza en 2023”.

Asimismo, cabe mencionar la fuerte demanda de accesos online generada durante la celebración de la feria. Y es que los canales digitales como IFA Virtual, la nueva aplicación IFA y las plataformas de redes sociales alcanzaron más de 1,6 millones de visitas. Además, los vídeos transmitidos a través de los canales propios del evento y los expositores, contaron con más de 11,8 millones de visualizaciones.

Eventos de IFA 2022

En el marco de la IFA 2022 se celebraron diversos eventos que contribuyen a enriquecer el atractivo y los contenidos del salón berlinés. Es el caso de IFA NEXT, centro de innovación de la muestra, que, acogió numerosos visitantes interesados en conocer las ideas y novedades más recientes de empresas emergentes, innovadores, institutos de investigación y empresas con visión de futuro.

Por su parte, en la Cumbre IFA+, se habló sobre el futuro de la globalización y la desglobalización.

Durante la discusión, la mayoría de expertos en negocios, política y ciencia estuvo de acuerdo en que sin el comercio global, el sistema sufriría una caída significativa. Tanto en términos de riqueza como en calidad de vida. Sin embargo, el debate también puso de manifiesto que los flujos comerciales globales deben ser mucho más sostenibles para contener el cambio climático.

También fue un éxito rotundo SHIFT Mobility 2022, la conferencia de dos días sobre innovación en el sector de la movilidad y la automoción. Para su desarrollo, se contó con la presencia de Volkswagen, Ford, BMW y Mercedes Benz; así como gigantes tecnológicos como AWS y Qualcomm o compañías más recientes como Lilium, Pivt, Lexgo y Auto-brains. A estos se les sumaron investigadores del Instituto Fraunhofer y la Universidad de Toronto, entre otros. Finalmente, merece especial mención el reconocido “Sommergarten” de IFA Berlín. Este año, dicha área de descanso se integró por completo en el salón. Además, el sábado se convirtió en un lugar popular para el entretenimiento familiar, mientras que el domingo se realizó una grabación en vivo de uno de los podcasts más populares de Alemania: Fest & Flauschig.

La próxima edición de la feria IFA volverá a Messe Berlín del 1 al 5 de septiembre de 2023.

www.ifa-berlin.com



El Congreso anual SRC22 acoge la 1ª edición de los Premios CEC 2022

“¡Hagámoslo posible!” es el nombre que recibió la VI edición del Congreso anual SRC22, organizado por la Confederación Española de Comercio en colaboración con el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. Celebrado el 27 de septiembre en Sevilla, SRC22 sirvió como escenario para analizar la situación del sector y los retos de futuro. Además, durante el Congreso, tuvo lugar la I edición de los Premios CEC 2022, orientados a reconocer la labor de la figura del comerciante.



FIT22 de Megasur reúne más de 800 asistentes y 40 marcas

La 2ª edición de la Feria de la Informática y la Tecnología FIT22 reunió a más de 800 asistentes y 40 marcas. El evento, organizado por Megasur, se celebró el pasado 30 de septiembre en el Hotel Elba Alcalá Madrid, el mismo emplazamiento que en la edición anterior. Entre la oferta de productos destacaron los equipos insignia del sector: ordenadores y portátiles tanto para uso profesional, como para gaming o educación.



Así fue la 1ª edición de la Feria Xponex de Representaciones Sanjurjo

La 1ª edición de la Feria Xponex de Representaciones Sanjurjo reunió a 142 asistentes -34 marcas y 72 profesionales del sector- para presentar la Campaña de Navidad 2022. El encuentro, celebrado el pasado 21 de septiembre en Santiago de Compostela, tuvo lugar en una superficie expositiva de más de 900 m². Asimismo, sirvió como escenario para que clientes y representantes de cada marca pudieran analizar el contexto actual. Además, durante la Feria Xponex, se puso sobre la mesa las previsiones de tendencias para la próxima temporada. En este caso, destacaron las freidoras sin aceite, como la colección de la marca Sogo; los huertos de cocina, como los de TreGren; y los auriculares licenciados.



Worldline en Secure Payments & ID Congress 2022

Worldline, compañía especializada en Medios de Pago y Servicios Transaccionales, estuvo presente en el Secure Payments & ID Congress 2022, celebrado el pasado 22 de septiembre en Madrid. La empresa aprovechó su participación en el encuentro para dar a conocer sus últimas novedades en soluciones de pago. Además, lideró y dirigió una de las mesas redondas del evento, “Reinventado las tiendas físicas bajo la movilidad del pago”.



Zaragoza acoge el IV Congreso Nacional de Gestión de RAEE

La IV edición del Congreso Nacional de Gestión de Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE) se celebró en Zaragoza los días 22 y 23 de septiembre. Bajo el lema “Comprometidos por el medio ambiente”, el encuentro giró en torno a la economía circular y al cuidado medioambiental; abarcando desde las nuevas normativas europeas y los convenios autonómicos y municipales, hasta la economía circular, el control de importaciones, el ecodiseño, la distribución y la IA en el sector del reciclaje, entre otros.



sonitrón.net

TECNOLOGÍA
ELECTRODOMÉSTICOS
DISPOSITIVOS MÓVILES



OCTUBRE 2022**10/14****Gitex Global**

Evento tecnológico y de empresas emergentes

Dubái (Emiratos Árabes Unidos)

www.gitex.com

11/14**Consumer Electronics & Components**

Electrónica de consumo y componentes

Hong Kong

www.globalsources.com

13/16**Hong Kong Electronics Fair**

El escaparate mundial de productos electrónicos innovadores

Hong Kong

www.hktdc.com/event/hkelectronicfairae

14/16**Big Boys Toys**

Feria de de innovación y estilo de vida de lujo

Las Vegas, Nevada (EUA)

bbtvegas.com

17/20**Mipcom Cannes**

Mercado Internacional de Coproducción y Contenidos de Entretenimiento

Cannes (Francia)

www.mipcom.com

17/20**NAB Show**

Feria de productos innovadores para la transmisión, los medios y el entretenimiento.

Nueva York (Estados Unidos)

nabshow.com

20**Connections**

Conferencia de hogares conectados

Conferencia virtual

www.parksassociates.com

26/28**TAITRONICS & AIoT Taiwan**

Feria de electrónica y Artificial Intelligence of Things

Taipei (Taiwán)

www.taitronics.tw

NOVIEMBRE 2022**05/06****Paris Audio Video Show**

Feria de audio de alta gama y home-cinema

Paris (Francia)

en.parisaudiovideoshow.com

05/06**Finest Audio Show Dortmund**

Feria de sistemas de reproducción de sonido de alta calidad

Dortmund (Alemania)

www.highendsociety.de

10/13**ELECOMP**

Exposición de productos y servicios electrónicos e informáticos

Teherán (Irán)

iran-elecomp.com

15/17**China Hi-Tech Fair**

Principal feria científica y tecnológica de China

Shenzhen (China)

www.chtf.com

17/19**Consumer Electronics & Home Appliances Exhibition**

Feria de electrodomésticos y productos electrónicos de consumo

Mumbai (India)

www.ceiworldexpo.com

19/20**Radioamatore 2**

Feria de la electrónica, la radio y la fotografía

Pordenone (Italia)

www.radioamatore2.it

19/20**Art to Play**

Cultura pop, videojuegos y manga

Nantes (Francia)

www.art-to-play.fr

22/23**JTSE**

Feria del sector del entretenimiento y los eventos

Paris (Francia)

jtse.fr

22/24**PMRExpo**

Feria de comunicaciones seguras

Colonia (Alemania)

www.pmrexpo.de

29/01-12**Mobile 360 Latin America**

Feria de la industria móvil mundial

Ciudad de México (México)

www.mobile360series.com

DICIEMBRE 2022**01/03****Electronics Appliance & EMM**

Exposición de electrodomésticos y productos para el hogar

Dhaka (Bangladesh)

savor-hhexpo.com

03/04**Expo Elettronica**

Feria de de electrónica de consumo

Forlì (Italia)

www.expoelettronica.it

07/09**Finetech Japan**

Feria de la industria de las pantallas

Tokio (Japón)

www.material-expo.jp

ENERO 2023**05/08****CES**

Uno de los eventos tecnológicos más influyentes del mundo

Las Vegas, Nevada (EUA)

www.ces.tech

18/20**IoT & 5G Solutions Expo Osaka**

Feria del Internet de las Cosas (IoT) y la Inteligencia Artificial (AI)

Osaka (Japón)

www.japan-it-osaka.jp

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

CALEFACCIÓN

DA CALIDEZ A TU HOGAR



SS-18306



SS-18290



SS-18325



SS-18465



SS-18445

www.sogo.es | www.sogostore.es



La nueva gama de encastre de Beko,
va más allá de la belleza, como la
naturaleza.



beko
Live like a Pro