

CONSUMIDORES Y MARCAS
APUESTAN POR EL **CUIDADO
PERSONAL**

LAS ÚLTIMAS
TENDENCIAS EN
COCINA SANA

EN LA PREHISTORIA
DEL **SMART HOME**

IFA 2023 PRESENTA
LAS CLAVES DE ESTA
NUEVA EDICIÓN

Inspirado en la naturaleza, impulsado por la luz.

HARVEST^{fresh}™

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



beko



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

[beko.com](https://www.beko.com)



Este verano
no te la juegues



Daikin es Aerotermia

Los equipos de climatización Daikin te ofrecen la temperatura ideal tanto en verano como en invierno y consumen mucho menos de lo que piensas. Este verano, apuesta por la Aerotermia de Daikin y ahórrate la ola de calor.

¡Climatiza tu estancia por MENOS DE 1 EURO AL DÍA!

www.daikin.es

445 En portada



sonitrón

4 Editorial

La oportunidad de la sostenibilidad

6 On - Off

8 Curiosidades

■ Actualidad

- 10 El 13º Congreso AECOC analiza la caída de ventas y el uso de nuevas herramientas
- 12 Haier potencia la conectividad de sus dispositivos con su app hOn
- 14 Entrevista con Íñigo Giner, Country Manager de CertiDeal
- 16 Next@Acer presenta las novedades de la marca
- 17 Nuevos productos de Logitech para una "nueva lógica de trabajo"
- 18 FECE, altavoz del sector electro

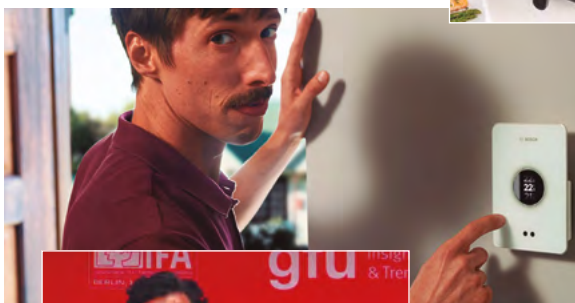
- 19 Daikin inaugura su nueva AireXperience y acerca la aerotermia al usuario final
- 20 El H2023 Eficiencia Tour de Mitsubishi visitó Barcelona
- 21 El mes de junio acentúa la caída de las ventas de gama blanca en España
- 22 Euronics International elige España para su reunión anual
- 24 Breves

Producto

- 26 Consumidores y marcas apuestan por el cuidado personal
- 32 Las últimas tendencias en cocina sana
- 38 En la prehistoria del Smart Home

Ferias

- 44 IFA 2023 presenta las claves de esta nueva edición
- 46 Computex dibuja el futuro de la IA y el 5G
- 47 C&R 2023: del 14 al 17 de noviembre en Madrid
- 48 El Symposium de Ingram Micro estrena ubicación
- 49 Breves
- 50 Calendario



Dirección editorial direccion@doriagm.com

Dirección publicidad Luisa Perales l.perales@doriagm.com

Redactor jefe Javier Gómez javier.gomez@doriagm.com

Redacción Anna Utgés anna@doriagm.com

Lola Catalan lola.catalan@doriagm.com

Dirección arte / diseño Xavier Lanzas xavi@doriagm.com

Suscripciones contabilidad@doriagm.com

Impresión Andalusí Gráficas

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

La oportunidad de la sostenibilidad

■ En los últimos años estamos viviendo una serie de cambios sociales que tienen influencia en los modelos de negocio. En el caso de la sostenibilidad, un reciente informe de Cetelem sobre este tema pone de manifiesto que cada vez más consumidores incluyen criterios medioambientales en sus preferencias a la hora de comprar. Así, según el mencionado estudio, el 63% de los consumidores encuestados asegura que la economía circular contribuye a preservar los recursos naturales y, por ende, el planeta. Esto se traduce en la compra de productos reacondicionados o de segunda mano, algo que asegura hacer el 27% de los consultados por Cetelem una vez al mes y un 43% alguna vez al año.

En este sentido, la venta de reacondicionados parece haber llegado al sector electro para quedarse, porque está demostrado que es algo que tiene su público y que, seguramente irá a más. Esta tendencia se refleja también en el incremento de las compras de productos de mayor eficiencia energética. En este sentido, 9 de cada 10 consumidores afirman que consideran este tema a la hora de comprar. Y el incremento de productos relacionados con la movilidad sostenible, como patinetes y bicis eléctricas también se alinea con estos nuevos gustos por lo sostenible. A tomar nota, pues.



DESCUBRE **INFINITY | G1 EDITION**

Corazón alemán, diseño italiano



Infinity | G1 Edition cobra vida a través del trabajo mutuo de dos marcas notables:

Teka e Italdesign Giugiaro.

Italdesign Giugiaro es una empresa líder, que ha diseñado, inspirado, desarrollado y fabricado algunas de las soluciones más innovadoras como Lamborghini, Ferrari, Maserati y DeLorean Motor Company, entre otras marcas de renombre.



Donde se cocina la vida

ON

■ El Gremi de Comerciants d' Electrodomèstics de Catalunya logró 41 de los 50 galardones #GreenShop, tanto en las categorías 'Oro' como 'Plata,' que concede la Fundación Ecolec en reconocimiento al compromiso de reciclaje de aparatos eléctricos y electrónicos por parte de las tiendas electro. Esta iniciativa, en la que participa cada año el gremio de comerciantes, ha cumplido su tercera edición con una alta participación de tiendas de 16 comunidades autónomas.

Entre todos los establecimientos del Gremi de Comerciants d' Electrodomèstics de Catalunya premiados por Ecolec, sumaron un total de más de 400.000 kilos de residuos de estos aparatos gestionados. Según Joan Carles Calbet, presidente del Gremi de Comerciants d' Electrodomèstics de Catalunya, "Que más del 80% de los reconocimientos #GreenShop de la Fundación Ecolec sean para tiendas del Gremi, demuestra que, para nosotros, concienciar a nuestros asociados de la importancia de gestionar bien los RAEE es una prioridad, y que nuestra voluntad es mejorar año tras año los resultados de la recogida de estos residuos". ¡Muchas felicidades y que cunda el ejemplo!



OFF

■ La Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC) demandó a Amazon por «manipular y engañar» a sus consumidores, inscribiéndolos a su servicio Prime sin avisar y dificultando el proceso para darse de baja. La denuncia expone los detalles de la omisión de la empresa para hacer frente a las suscripciones no consentidas y las artimañas para evitar la cancelación del servicio.

La FTC alega que se utilizaron diseños de interfaz de usuario «manipuladores y engañosos, conocidos como patrones oscuros», para forzar a los consumidores a inscribirse a la suscripción Prime, que además es de renovación automática. Asimismo, para cancelar dicha suscripción, resultaba bastante complicado encontrar la opción en la web: había que consultar hasta cuatro páginas diferentes y encontrar la opción correcta entre 15 disponibles.

Este tipo de prácticas comerciales abusivas no se corresponden con la imagen de una multinacional que es líder mundial en comercio online. Se supone que si un producto o servicio es bueno, si algo funciona, el propio mercado se encarga de hacerlo crecer.



El aire acondicionado perfecto y conectado para todos. Así de simple.

La completa gama Climate de Bosch con modelos Mono y Multi Split, permite crear un ambiente más limpio y fresco al instante. Con conectividad WiFi y alta tecnología de filtrado.

www.bosch-homecomfort.es     



BOSCH

Innovación para tu vida



Home Comfort Group

Sensores climáticos Domì

Los sensores climáticos bidireccionales Domì para el control automatizado de los toldos, ayuda a reducir el consumo y protege el interior de la vivienda del calor y los rayos solares, reduciendo el uso del aire acondicionado.

La serie Domì es la evolución de la actual serie Nemo de sensores Viento-Sol y Sol por radio, alimentados con células fotovoltaicas integradas. Entre las actualizaciones de este nuevo producto está el incremento en la detección de la potencia del viento hasta 120km/h y en 60 klux para sol.

Además, la sensibilidad a las corrientes de aire vertical también ha sido optimizada en este nuevo producto. Domì permite programar la apertura y cierre del toldo en función de las condiciones meteorológicas. www.niceforyou.com/



Gafas Nubia Neovision Glass

Las gafas de realidad aumentada nubia Neovision Glass de ZTE, disponibles en su web por 549€, tienen un diseño atractivo, con un peso de sólo 79 gramos. Admiten un ajuste de miopía de 0-500°, y también permiten la conexión a una amplia gama de dispositivos, como teléfonos móviles, tabletas, ordenadores portátiles, videoconsolas (XBOX, PS5, Switch) o drones. Son plug-and-play. Al llevarlas puestas, los usuarios pueden sentir la sensación de estar ante a una gran pantalla de 120 pulgadas. También incluyen altavoces omnidireccionales duales con una frecuencia de muestreo de más de 44,1 kHz y una profundidad de bits de más de 16 bits, que logran una calidad de sonido sin pérdidas, para una experiencia más inmersiva y con mejores efectos de sonido.

www.zte.com.cn/global



Lectores de DNI USB-C de Woxter

Woxter presenta la nueva versión de uno de sus productos más vendidos, el nuevo lector de DNI electrónico con conexión UBS tipo C, tanto en su versión estándar como en su versión combi. Destaca su mayor velocidad de transferencia de datos (hasta 115,200 bps), de una potencia de carga superior y de gran versatilidad en términos de conectividad y compatibilidad con otros dispositivos. Este nuevo modelo es compatible con DNIs 3.0 y 4.0 y estará disponible en dos versiones diferentes en su edición negra, la estándar y la combi, la cual es compatible con tarjetas Smart Cards o tarjetas inteligentes y permitirá leer y escribir hasta 43 formatos diferentes tanto en dispositivos Mac o PC sin necesidad de drivers. La versión estándar tiene un precio de 15,99€ y la combi, de 19,99€. www.woxter.es





Microfiber Filter

Samsung ha anunciado el lanzamiento del nuevo Microfiber Filter, un filtro externo para lavadoras que reduce las emisiones de microfibras plásticas durante los ciclos de lavado. Microfiber Filter captura hasta el 98% de los microplásticos que se liberan durante el lavado. Así evita que se viertan en los océanos el equivalente a ocho botellas de plástico de 500 ml al año si se utiliza cuatro veces a la

semana. Además, el filtro se ha fabricado de manera que sea compatible con el resto de lavadoras del mercado, no sólo con los modelos Samsung. El nuevo filtro se ha desarrollado conjuntamente con el fabricante de ropa Patagonia y la organización global de preservación marina Ocean Wise. Asimismo, parte del éxito del programa de lavado Less Microfiber lanzado por Samsung en 2022. www.samsung.com/es/

Kit Solar EcoFlow PowerStream

EcoFlow, compañía especializada en el desarrollo de soluciones de energía portátil y sostenible, ha lanzado EcoFlow PowerStream, el primer kit solar para balcones con estaciones de energía portátiles. Este novedoso sistema permite a los usuarios disponer de la energía solar día y noche mientras se reduce la factura de la luz, al tiempo que proporciona energía de reserva. EcoFlow PowerStream incluye el inversor EcoFlow PowerStream, paneles solares, enchufes inteligentes y la aplicación propia de EcoFlow para controlar y optimizar el consumo de energía en tiempo real. Con una potencia solar máxima de 800W, PowerStream genera unos 1.039kWh de electricidad al año. Está disponible a partir de 1.082€.



www.ecoflow.com

Ratón para uso con la lengua, MouthPad^

MouthPad^, de Augmental, es una revolucionaria innovación tecnológica que permite a las personas controlar dispositivos únicamente a través del movimiento de su lengua. El primer dispositivo desarrollado por la empresa tiene como objetivo ampliar los límites de la tecnología de manos libres haciendo que sea más accesible.



MouthPad^ tiene como objetivo mejorar las interacciones con smartphones, tablets, computadoras, IoT, etc, mediante un controlador Bluetooth personalizado que se usa en el paladar. MouthPad^ es un retainer dental inteligente que permite el control inalámbrico del ordenador usando sólo la lengua. Más allá de ayudar a personas con discapacidad, MouthPad^ permite que cualquier persona interactúe con fluidez con las computadoras sin usar las manos. www.augmental.tech

El 13º Congreso AECOC analiza la caída de ventas y el uso de nuevas herramientas

La Asociación de Empresas de Gran Consumo AECOC celebró el 1 de junio en Madrid su 13º Congreso Anual de Bienes Tecnológicos de Consumo. Debatieron sobre las nuevas tendencias de consumo, la competencia entre empresas y exploraron nuevos modelos más colaborativos.

■ El 13º Congreso Anual de AECOC, celebrado el pasado 1 de junio en Madrid, trató los bajos datos de ventas que maneja actualmente el sector electro, así como posibles soluciones para remontar y nuevos formatos, tanto de venta online como de comunicación con el consumidor. Se celebraron tres mesas redondas y tres ponencias individuales, además de una charla inaugural a cargo de la directora de comercio y consumo de la Comunidad de Madrid, Marta Nieto.

La primera de las mesas redondas fue para analizar las tendencias de consumo y hábitos actuales de los consumidores. Fernando Gómez, de GfK España, presentó datos de mercado, mostrando una caída del 2,9% en el primer cuatrimestre de 2023.

Sin embargo, el directivo mostró mayor preocupación por el incremento de precios. El año pasado fue del 5% y este

año ya llevan un 3,3%, con una caída del 6% en volúmenes de venta. “Este freno de la demanda lleva a una mayor actividad promocional, que puede afectar a la facturación del sector”, afirmó Gómez.

Elena Montañés, de ContextWorld, analizó la evolución en el canal mayorista, con menor caída en operadores e-commerce. “Esto refleja el incremento de la inversión digital”, comentó Montañés.

Enrique García, responsable de la OCU, señaló que el 90% de consumidores han cambiado sus hábitos de compra por la inflación. “Más allá de mirar precio y prestaciones, la eficiencia energética es el tercer factor de compra”, apuntó García. Completó el análisis Liliana Marsán, de Cetelem, que destacó que los productos tecnológicos están actualmente en las prioridades de compra de los hogares españoles.

Nuevas prioridades para nuevos hábitos

Los ponentes hicieron énfasis en la sostenibilidad como algo relevante para los consumidores. Insistieron en revertir el mito de que el producto sostenible es mucho más caro y coincidieron en que los retailers deberían priorizar la innovación y encontrar la fórmula de sumarla a la sostenibilidad.

La siguiente ponencia analizó nuevos formatos de venta online, contrastando el modelo *direct to consumer* (DTC) con las *marcas blancas* que tienen los distribuidores. La introducción fue a cargo del moderador, José Escoda, Director General de Segesa. Escoda preguntó a los ponentes por este modelo DTC, que en ningún caso quisieron calificar de "nuevo".

Óscar Parra, de Philips, destacó la información sobre el consumidor que aporta el DTC: "Muchas empresas utilizan este canal para dar a conocer sus productos y captar información de valor". Por su parte, Óscar García, de TCL, coincidió en que "llegar al consumidor es una aportación de valor para el marketing personalizado". Sin embargo, incidió en que el fabricante no se centrará únicamente en el DTC, porque "sigue necesitando a la distribución en su cadena de valor".

Samuel González, de MediaMarkt, apuntó que "el consumidor manda y reclama diversos puntos de contacto". En la misma línea, Iván Celdrán, de Fnac, consideró que "el DTC debe ser complementario. La prescripción es una herramienta más en el retail".

Los cuatro ponentes estuvieron de acuerdo en que el objetivo es controlar el máximo flujo de información, ya que les dota de mayor poder respecto a sus competidores. Por ello, pusieron en valor la colaboración entre actores.

Modelos colaborativos: Retail Media

Otro formato analizado fue el *retail media*. Fernando Siles, de Worten España, lo definió como "única manera de dirigir las ventas en el canal digital, para llegar al consumidor en el momento clave de la compra: cuando realiza la búsqueda". Jesús Sancho, de Carrefour Links, opinó que este formato "no tiene sentido si el distribuidor no aporta valor a la marca".

Aroa López, de Samsung, valoró que "el *retail media* aporta información sobre qué factores han contribuido a la compra". Por último, el directivo de Hisense Rafael Simal, añadió que este canal "aporta un valor cualitativo en términos de reconocimiento".

www.aecoc.es

De izq. a derecha, la moderadora Rosario Pedrosa (AECOC) junto a Liliana Marsán (Cetelem), Elena Montañés (Context), Fernando Gómez (GfK) y Enrique García (OCU).



Haier potencia la conectividad de sus dispositivos con su app hOn

Haier sigue avanzando en la conectividad de sus electrodomésticos con nuevas funcionalidades en su aplicación hOn, presentadas el 20 de junio en sus nuevas instalaciones de Barcelona. La marca inauguró el nuevo espacio recientemente, con una amplia zona de *showroom*.

■ El sector electro está experimentando una “*smartalización*”, que busca conseguir un “ecosistema inteligente del hogar al completo”. Así presentó Haier sus últimas innovaciones en conectividad. Xavier Rofes, Country Manager de Haier Europe en España, puso en valor los esfuerzos de la marca por “lograr electrodomésticos conectados” y dio paso a las nuevas funcionalidades de la app hOn.

Las innovaciones se centran en tres gamas de producto: lavado, frío y cocina. Cada una de las líneas de electrodomésticos cuenta con ventajas exclusivas en la aplicación,

que es capaz de ofrecer consejos de uso y de mantenimiento para garantizar su máxima durabilidad.

Una sola aplicación para tres marcas

Juan Romero, especialista de producto de Haier, fue el encargado de presentar las novedades. El grupo engloba tres marcas distintas: la propia Haier, Candy y Hoover. Romero explicó que la aplicación móvil hOn funciona como un “entorno digital único” para las tres firmas. El objetivo final es fomentar la sostenibilidad, reivindicando que esta “se basa más en el uso que se le da a los electrodomésticos que en sus propias características”, según Rofes. Una de las grandes innovaciones llega en la gama de lavado, con la nueva función Eco-Schedule de la app. Sigue la línea de programación de las lavadoras, lavasecadoras y secadoras de la marca, para poder fijar el inicio de un programa en remoto desde el dispositivo móvil. Ahora, añade la posibilidad de seleccionar el momento del día en que la electricidad es más económica.



Xavier Rofes, Country Manager en España de Haier Europe.

Así, los dispositivos conectados de Haier fomentan el ahorro de tiempo y de dinero y también la eficiencia energética. Simplifica procesos y ofrece una alta personalización de las funciones, según las rutinas del usuario.

Por ahora, es el consumidor quien debe especificar cuál es la franja con la energía más barata, según la tarifa que tenga contratada. Sin embargo, desde Haier apuntan la posibilidad de que pueda llegar a detectarlo por sí misma, para conseguir la máxima automatización de procesos.

Un hecho destacable es la intención del grupo Haier de aplicar todas esas innovaciones en sus tres marcas, cada una de ellas en una gama de precios. Así, Rofes indicó que trasladan las ventajas del control inteligente también a los electrodomésticos más económicos, que serían los de

La aplicación móvil del Grupo Haier funciona como un "entorno digital único y conectado"

Candy, para permitir que todos los consumidores tengan acceso a ello y puedan disponer de una casa conectada.

La compañía focaliza sus esfuerzos en conectividad y ecosistemas basados en IoT, puesto que consideran que así fomentan la sostenibilidad. Por ello, el 27% de sus productos en Europa son inteligentes. Rofes apuntó a un plazo de entre 3 y 5 años para contar con la totalidad de su catálogo conectado. www.haier-europe.com/es/



CertiDeal

Iñigo Giner
Country Manager Spain

Iñigo Giner Country Manager Spain de CertiDeal

CertiDeal, multinacional de origen francés, está especializada en el reacondicionado y venta de teléfonos móviles procedentes de operadoras. Está presente, además de en Francia, en Bélgica, España, Italia, Portugal y Suecia.

■ La sociedad valora cada vez más la sostenibilidad y la economía circular. En este contexto, los reacondicionados han conseguido hacerse un hueco en el mercado. Para entender mejor esta tendencia, hablamos con el responsable para España de la firma especializada en móviles reacondicionados CertiDeal.

¿Qué ventajas tienen los móviles reacondicionados?

Los dispositivos reacondicionados suelen ser más económicos en comparación con los nuevos. Pueden alcanzar un ahorro de hasta el 70%. Además, pasan por un proceso de revisión y reparación exhaustivo para asegurar su buen funcionamiento. Al optarse por un móvil reacondicionado, se extiende su vida útil y se reduce la generación de residuos electrónicos. Además, los móviles reacondicionados abarcan una amplia gama de modelos antiguos y recientes, lo que brinda opciones para todos los usuarios.

¿Cuál es el perfil de cliente de los reacondicionados?

Es bastante diverso. Nuestros clientes son personas que buscan una buena relación calidad-precio y están interesadas en adquirir un smartphone de calidad sin gastar demasiado. Atraemos a aquellos que valoran la sostenibilidad y desean contribuir a reducir el impacto medioambiental al dar una segunda vida a los dispositivos.

¿Qué es lo que busca el usuario estándar en sus smartphones y cómo se lo garantizan los reacondicionados?

El usuario busca un smartphone que sea de confianza, funcional y actualizado en términos de características y tecnología. Nuestros móviles reacondicionados cumplen con estas expectativas al garantizar su funcionamiento óptimo a través de un proceso de revisión y reparación riguroso. Además, ofrecemos una amplia gama de modelos y marcas, lo que permite a los usuarios encontrar el dispositivo que mejor se adapte a sus necesidades.

¿Cuáles son las marcas que mejor funcionan?

En CertiDeal trabajamos con diversas marcas, y todas ellas tienen buen funcionamiento en el mercado de móviles reacondicionados. No obstante, es importante destacar que las marcas más exitosas en el mercado general no siempre coinciden con las que mejor funcionan en el mercado de reacondicionados. Esto se debe a que la demanda en ambos mercados puede variar y depende de las preferencias de los consumidores y del contexto.

¿Qué diferencia a CertiDeal de otras empresas de reacondicionados?

Nuestra dedicación a la calidad y la transparencia. Los terminales renovados que vendemos son revisados y reacondicionados por nuestros propios técnicos y en nuestras instalaciones, lo que conlleva que tengamos un control y conocimiento directos de todo el proceso. Nuestros dispositivos pasan por rigurosos controles de calidad, utilizamos piezas de repuesto de alta calidad para garantizar que los dispositivos funcionen de manera óptima durante un período prolongado y por eso ofrecemos una garantía de 3 años. Además, brindamos información detallada sobre el estado de cada dispositivo, para ayudar al cliente a tomar su decisión de compra.

¿Cuánto tiempo han sido usados de media los productos que ustedes comercializan? Si la vida media de un móvil son 4 años, ¿qué recorrido en tiempo le queda a este tipo de productos?

El tiempo de uso promedio de los productos que comercializamos varía según el dispositivo. Algunos móviles pueden haber sido utilizados solo durante unos pocos meses, mientras que otros pueden haber tenido un uso más prolongado. Sin embargo, en general, nos aseguramos de que los dispositivos reacondicionados que ofrecemos tengan un buen estado y un funcionamiento óptimo.



Esto permite a los usuarios disfrutar de varios años adicionales de uso, incluso si la vida media de un móvil es de 4 años.

¿Qué debe tener un móvil para poder ser reacondicionado?

Para poder pasar por el proceso de reacondicionamiento, un móvil debe cumplir con ciertos criterios, analizados a través de 33 puntos de control y calidad. Debe ser técnicamente reparable, es decir, las partes defectuosas o dañadas deben poder ser reparadas o reemplazadas. Además, se deben realizar pruebas exhaustivas para garantizar que el dispositivo funcione correctamente después de la reparación. Solo los dispositivos que cumplen con estos requisitos pueden considerarse aptos para el reacondicionamiento, y solo estos son ofrecidos a los usuarios en nuestra web.

Next@Acer presenta las novedades de la marca

Acer hizo gala de sus últimas tecnologías e innovaciones de producto en sus instalaciones en Gavà (Barcelona), en el evento next@Acer, celebrado el pasado 23 de mayo. Presentó novedades en gaming, movilidad urbana y productividad.

■ El evento next@Acer sirvió como escaparate de la búsqueda constante que realiza la marca por el equilibrio entre innovación y sostenibilidad. Acer presentó novedades en productividad, dispositivos hechos a partir de materiales reciclados, gaming y novedades en movilidad urbana.

Pensando en el planeta

Empezaron enseñando sus productos sostenibles, que pasan por el uso de materiales reciclados y por la reducción de emisiones en la fabricación de sus productos. Destaca su gama de portátiles Aspire, en concreto el Aspire Vero 15, uno de sus últimos modelos de portátil, que reduce un 30% las emisiones de CO₂ y cuenta con un 40% de plástico reciclado en el chasis.



Otra de las incursiones sostenibles de la marca es en movilidad, con los nuevos patinetes eléctricos y dos modelos de bici eléctrica, que estarán disponibles a finales de 2023.

Entre las bicis, Fermí Santos, Product Manager de Acer Iberia, puso en valor el modelo ebii, una bici eléctrica ligera con un motor de alta eficiencia energética.

La mayor innovación, en gaming

Acer mostró en el evento un fuerte impulso de su línea gaming, Predator. Y no es de extrañar, puesto que según datos que facilitó la propia compañía, un 15% de las ventas de toda la industria de PCs pertenecen a modelos gaming. Lo más nuevo de la marca es Predator Helios 3D 15, en colaboración con su otra marca SpatialLabs. La encargada de presentarlo fue Yuhsuan Pia Huang, Sales Consumer Manager de Acer, que mostró el portátil con visualización 3D sin necesidad de gafas. Explicó que para un óptimo funcionamiento, hay que situarse completamente frontal al ordenador. Así, detecta los ojos y se pueden disfrutar los potentes gráficos.

www.acer.com/es-es

Nuevos productos de **Logitech** para una “nueva lógica de trabajo”

Logitech presentó el 15 de junio en Barcelona una serie de nuevos productos y servicios dirigidos hacia los nuevos modelos de trabajo híbrido. Directivos de marketing y de producto de la marca explicaron los nuevos retos que afrontan las empresas y trabajadores.



En la mesa se muestra la Logi Sight y bajo el monitor, la Rally Bar.

■ Para Logitech, empresas y trabajadores se dirigen hacia una “nueva lógica de trabajo”, que pasa por tres ejes clave. La encargada de explicarlos fue M^a Jesús Gras, responsable de la sección de B2B de Logitech en el sur de Europa.

Gras puso de relieve las soluciones dirigidas a mejorar la experiencia de los trabajadores en remoto; novedades para optimizar las reuniones en videocolaboración, con participantes en la oficina y otros desde casa, y nuevos productos para sistemas de trabajo flexible o híbrido.

Potenciar el trabajo en remoto

En cuanto a las necesidades del primer grupo, la directiva priorizó las soluciones de audio, para una calidad de videollamada profesional. Así, presentan modelos de auriculares profesionales. Les suman teclados y ratones, con especial relevancia de la **nueva Master Series**.

Mejorar las reuniones en streaming

Laura Canova, responsable de Marketing de Logitech en el sur de Europa, avanzó los nuevos dispositivos para empresas, que son la nueva **Logitech Sight** y el nuevo sistema **Rally Bar Huddle**, sucesor de la Rally Bar y Rally Bar Mini.

Roberto Valverde, jefe de producto de la marca, explicó que LogiSight facilita la perspectiva en las videollamadas, mientras que la Rally Bar Huddle es un sistema todo en uno, ideado para entornos más pequeños.

www.logitech.com/es-es

FECE, altavoz del sector electro

Alfredo Gosálvez, Secretario General de FECE, explicó a finales de mayo en Barcelona, las iniciativas de la entidad para poner en valor la importancia del sector electro español.



Alfredo Gosálvez en Barcelona, el pasado 29 de mayo.

■ Así, mencionó los cinco ejes del Plan Estratégico 2022-24 de FECE: formación para la profesionalización del sector; legislación; sostenibilidad/reciclaje; comunicación e innovación/transformación digital de las tiendas. En dicho plan se enmarcan las acciones para hacer llegar a los principales partidos políticos las necesidades del sector.

Entre estas figura la petición de un Plan Renove nacional, la presencia del sector en una Mesa del Comercio, o la puesta en marcha de un Pacto de Estado por el Comercio, similar al de la Industria. Según Gosálvez, se busca fomentar el comercio de proximidad y reconocer su aportación a la sociedad y economía local.

El representante de FECE también apuntó que la CEOE, a instancias de la federación, ha incluido entre sus propuestas para el Gobierno los planes renove de electrodomésticos y la incorporación, como parte de la formación

reglada, de un curso de especialista de gestión en retail, diseñado junto a la CEC y ANCECO.

Otra propuesta pasa por ampliar el mínimo que se puede pagar en metálico en las tiendas, de 1.000 a 3.000 euros. Igualmente estudian denunciar la competencia desleal e incumplimientos de la venta online (como la no retirada de electrodomésticos usados) y de las entidades bancarias.

Además, Gosálvez dijo que FECE prepara un congreso sectorial para marzo de 2024 en Madrid, con una cena de gala y entrega de premios, un día de sesiones de trabajo y la presentación de un informe sectorial. El congreso, denominado Fórum FECE, también trataría temas de competencias y precios; se presentarían casos de éxito y se hablaría de sostenibilidad y reciclaje. Participarían asimismo expolíticos y coaches.

Daikin inaugura su nueva AireXperience y acerca la aerotermia al usuario final

El referente en climatización Daikin ha inaugurado su nuevo espacio AireXperience en sus oficinas de Barcelona, para dar a conocer sus soluciones de aerotermia de manera interactiva y divulgar sobre esta tecnología directamente al usuario final.

■ El nuevo espacio AireXperience de Daikin se inauguró en junio en Barcelona. Se trata de una experiencia interactiva dirigida al público final, para que conozca de primera mano las innovaciones de la marca. Esta nueva AireXperience es pionera en España y de momento estará disponible en Barcelona. Para aquellos que no puedan desplazarse, se podrá disfrutar también de manera virtual, gracias a la reproducción del espacio en el metaverso. Tanto en la versión presencial como online, el usuario recibe el asesoramiento de expertos de la marca.

Marisol Fernández, Marketing Manager de Daikin España, comentó en la presentación los avances hacia la descarbonización. "El futuro es la aerotermia. Desde Daikin, queremos ayudar al usuario a ahorrar".



Experiencia interactiva y a medida

La experiencia se basa en un salón a modo de showroom. Comienza con un videowall que da la bienvenida al usuario. A través de pequeñas cápsulas informativas, se le introduce en la marca Daikin, la aerotermia y la importancia de la eficiencia energética.

A continuación, se pasa a la zona de producto propiamente dicha, en la que el visitante puede conocer en primera persona los equipos más relevantes e innovadores de la marca, para decidir cuál se adapta más a sus necesidades.

Para disfrutar de la AireXperience, tanto presencial como online, es necesario concertar una cita previa en su web.

www.daikinairexperience.com

El H2023 Eficiencia Tour de Mitsubishi visitó Barcelona

El 1 de junio, la gira H2023 Eficiencia Tour de Mitsubishi Electric pasó por Barcelona. En el edificio de la Llotja de Mar, ante más de 300 profesionales invitados, la empresa presentó sus últimas novedades, así como su fuerte apuesta en materia de sostenibilidad, en un evento presentado por Esther Vaquero.



■ El H2023 Eficiencia Tour mostró las principales soluciones del fabricante a través de diferentes proyectos y haciendo hincapié en el ahorro energético. En este sentido, dio a conocer su amplio abanico de productos, especialmente Hybrid City Multi y las nuevas gamas de enfriadoras. También analizó aplicaciones para IT Cooling y de Aerotermia Ecodan. El proyecto Cero Emisiones 2050 es el objetivo que se ha marcado Europa. Según Antonio

Navas, Responsable Nacional de Ingeniería de Aire Acondicionado en Mitsubishi Electric España, “existe en Europa un parque de más de 20 millones de edificios que deben adaptarse a los nuevos requisitos para reducir el impacto de la huella de carbono. Al tratarse de estructuras ya existentes, nos encontramos en un entorno de nuevas oportunidades”.

Una sociedad sostenible

Con este tour, Mitsubishi Electric promueve las soluciones eficientes para una sociedad sostenible. En palabras de Miguel Ángel Sánchez Rebollo, Co-Director de División Living Environmental Systems en Mitsubishi Electric Europe BV, lo más importante es asegurar que todos los procesos sean sostenibles, para ello, la compañía invierte en I+D más de 4.000 millones de euros a nivel global.

www.mitsubishielectric.es/aire-acondicionado

El mes de junio acentúa la caída de las **ventas de gama blanca** en España

Malos números para el mercado español de gama blanca en los primeros seis meses de 2023, según los datos estadísticos de APPLiA, entidad que agrupa a los principales fabricantes de electrodomésticos de línea blanca y PAE de nuestro país.

■ Concretamente, los datos de APPLiA correspondientes a las ventas (sell-in) de electrodomésticos de línea blanca acumuladas entre enero y junio de 2023 cayeron un 9,85% en unidades y un 5,81% en valor. De esta manera, se mantiene la tendencia negativa, más acusada en el caso de la comercialización de unidades. Los datos estadísticos por meses muestran asimismo un incremento en los descensos de ambos conceptos especialmente durante el mes de junio, ya que, hasta mayo, la bajada interanual era del -2,96% en valor y del -7,90% en unidades.

En este sentido, los de junio son los segundos peores datos del presente ejercicio después de que enero registrara una caída del 7,55% en valor y del 12,20% en unidades. Tras el primer mes del año, los datos experimentaron mejoras sucesivas, llegando incluso a crecer un 4,75% en valor en marzo (con una bajada en unidades de apenas el 0,30%). Desde entonces las cifras negativas no han parado de crecer. Por tanto, faltará ver cómo se comporta el mercado español de cara a la segunda mitad del año para comprobar si los datos mejoran

www.applia.es



Euronics International elige España para su reunión anual

Los pasados 21 y 22 de junio, Valencia acogió el encuentro anual de Grupo Euronics con la presencia de más de 200 personas de los 35 países en los que la enseña tiene presencia. El evento fue organizado conjuntamente entre Euronics y SINERSIS como su miembro español.



De izquierda a derecha, Carlos Moreno-Figueroa, Director General de SINERSIS a partir del próximo 1 de agosto; César Briceño, presidente, y José María Verdeguer, que dejará la dirección general de SINERSIS el 1 de agosto y mantendrá el cargo de Vicepresidente de Euronics International.

■ La plana mayor de Euronics International se dio cita a finales de junio en Valencia para celebrar su encuentro anual y asamblea general. Un evento en el que, además de los miembros de la organización, también asistieron proveedores internacionales y locales y proveedores de servicios digitales. Los participantes compartieron ideas y exploraron nuevas posibilidades en el mercado de productos electrónicos de consumo en rápida evolución. Asimismo, los asistentes tuvieron la oportunidad de participar en debates que invitaron a la reflexión sobre las tendencias

emergentes, el impacto de la tecnología en el comercio minorista y las estrategias para mejorar las experiencias de los clientes. Hubo además una reunión estratégica donde se expusieron las líneas maestras del grupo en marketing, sostenibilidad, proyectos e innovación. Como parte de dicha innovación, se inauguraron en la tienda Milar El Osito de la localidad valenciana de L'Elia, dos originales espacios de exhibición de producto, dedicados a los electrodomésticos de cocina y a soluciones de cuidado personal, concretamente, de salud, deporte y alimentación. En la cita participaron 200 personas de los 35 países en los que está implantada Euronics.

SINERSIS, anfitrión

SINERSIS, como miembro español de Euronics International tuvo un papel destacado en el encuentro del que fue coorganizador. Así, SINERSIS expuso las claves del éxito

de sus marcas Euronics, Milar y Tien21 que les convierten en líderes del sector de electrodomésticos en España, con una facturación conjunta de cerca de 1.100 millones de euros y más de 1.500 puntos de venta. Ello se traduce en que haya una tienda Sinersis a menos de 15 minutos de cualquier población española.

Las intervenciones de los responsables de SINERSIS corrieron a cargo de José María Verdeguer y Carlos Moreno-Figueroa, directores generales saliente y entrante, respectivamente, así como de César Briceño, presidente de la entidad.

Las dos jornadas de trabajo culminaron con una cena de gala donde se entregaron los premios a los proveedores del año.

Mejores Proveedores y otros reconocimientos

Así, el premio al *Proveedor del Año de Electrónica de Consumo* fue para TPVision. En cuanto a la distinción al mejor *Proveedor del Año de Grandes Electrodomésticos*, se la llevó Electrolux. Igualmente, el *Proveedor del Año de Pequeños Electrodomésticos* fue el Grupo SEB, y el *Proveedor de TI del Año* fue designado Lenovo.

Para el Grupo Euronics, estos proveedores han demostrado excelencia, innovación y compromiso para ofrecer productos y servicios de calidad, contribuyendo al éxito de la organización y sus miembros.

Además de los premios al proveedor del año, Euronics International reconoció a los siguientes ganadores en varias categorías:

- Proveedor del año Intercambio de datos: Electrolux.
- Activación de patrocinio del minorista del año: Euronics Estonia.



Hans Carpels, primero por la izquierda, con algunos de los premiados.

- Minorista del año Retail Innovation Group: RED ZAC Austria.
- Premio Embajador de Euronics 2023: Erwin Van Meer, Intel.

Hans Carpels, presidente de Euronics GEIE, felicitó a todos los premiados: "Su compromiso inquebrantable con la excelencia, la innovación y la satisfacción del cliente -dijo- establece un punto de referencia para la industria y nos inspira a todos. Estamos orgullosos de tenerlos como socios valiosos y esperamos una colaboración continua y un éxito mutuo".

La reunión anual en Valencia sirvió como catalizador para forjar asociaciones más sólidas, fomentar la innovación y dar forma al futuro del mercado de la electrónica de consumo, TI y electrodomésticos. Euronics International mantiene su compromiso de empoderar a sus miembros y proveedores, brindándoles oportunidades, herramientas y apoyo inigualables para navegar por el panorama en constante evolución del comercio minorista.

El pasado ejercicio 2022, el Grupo Euronics facturó 23.200 millones de euros, una cifra que lo sitúan líder en Europa, Oriente Medio y África.

El auge del low cost sigue presente en España, más que en Europa

8 de cada 10 españoles conocen el concepto de low cost, y 2 de cada 3 afirman consumir este tipo de productos. Así lo revela el Observatorio Cetelem. En el resto del continente, 9 de cada 10 europeos han oído hablar de este concepto, y un 55% sabe qué significa en la práctica.

El gasto en estas rebajas de verano se mantiene al nivel de 2022

Según datos de la app financiera Plazo, un 54% de los consumidores encuestados prevé gastar más o menos lo mismo que en 2022. El desembolso medio por persona se sitúa en 208 euros, sobre un sueldo medio de 1.400 euros, lo que representa un 15%.

Cecotec estrena nuevas oficinas en Alfafar, Valencia

Bajo el nombre de Cecoffice, las nuevas oficinas de Cecotec son más grandes, eficientes y respetuosas con el medio ambiente. Las instalaciones marcan el final de un proceso de reestructuración de la compañía, que responde a sus necesidades de crecimiento.

Las compras por redes sociales han crecido un 43% desde la pandemia

Una investigación realizada por Mastercard en 2021 en Reino Unido mostró que estas transacciones habían aumentado un 43% en solo un año, después de la llegada del covid-19. La Generación Z es una de las que más se decide a comprar en este canal.

Amazon, demandada en Estados Unidos por «engañar» a sus usuarios de Prime

La Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC, por sus siglas en inglés) ha demandado a Amazon por «manipular y engañar» a sus consumidores, inscribiéndolos a su servicio Prime sin avisar y dificultando el proceso para darse de baja.

Milar inaugura dos nuevas tiendas en Castilla y León

Milar ha abierto dos nuevas tiendas en Castilla y León, concretamente en Zamora y Valladolid. Para los directivos de Milar y Sinersis, estas nuevas aperturas representan un claro compromiso con el comercio de proximidad en las ciudades españolas.

La baja demanda en smartphones sigue impactando en las ventas, según IDC

International Data Corporation (IDC) prevé que este 2023 las ventas mundiales de smartphones caigan un 3,2% más, hasta los 1.170 millones de unidades en todo el año. Se trata de una nueva revisión a la baja respecto al descenso del 1,1% ya previsto en febrero.

Los frigoríficos HarvestFresh de Beko protagonizan su nueva campaña

Beko lanza una campaña para reforzar su posicionamiento en términos de tecnología y sostenibilidad. Dicha campaña está protagonizada por sus frigoríficos con tecnología de iluminación interna HarvestFresh, que consume un -45% menos de energía que la luz azul.

España mantiene sus expectativas económicas bajas, con leves mejoras

El Euro Clima de Consumo de la consultora GfK muestra bajas expectativas en la economía española y europea. En España, las expectativas sobre la economía se mantienen negativas. Concretamente a -19 puntos, 9 por debajo de la media de la UE.

Ingram Micro premia a sus resellers con el programa SMB Smart

Ingram Micro ha presentado en España el SMB Smart, su renovado programa de beneficios para resellers de pequeño tamaño que les ofrece la posibilidad de mejorar la efectividad de la operativa, sus capacidades y, en definitiva, impulsar su negocio.

AEG se alía con la firma Ynésuelves por el cuidado de los océanos

AEG se alía con Ynésuelves en un adelanto de la próxima colección de la marca de moda, que pretende concienciar sobre el cuidado de los océanos. Ambas firmas apuestan por la sostenibilidad a través del slow fashion y con electrodomésticos respetuosos con el planeta.

Nuevo centro Bosch de formación para profesionales con 400 m²

Bosch Home Comfort inauguró a finales de junio un nuevo centro de formación en Madrid, con más de 400 m² destinados al encuentro con los profesionales del sector de la climatización. Las instalaciones forman parte de un nuevo edificio destinado exclusivamente a la formación.

MediaMarkt sigue contratando: 30 plazas en Fuenlabrada

MediaMarkt abre un nuevo proceso de selección con 30 empleos en su nueva tienda de Fuenlabrada. El establecimiento se encontrará en el nuevo centro comercial Nexum y abrirá el próximo mes de octubre en dicho municipio madrileño.

Grupo Sinersis anuncia cambios en su dirección general

El Consejo de Administración del Grupo Sinersis ha aprobado el nombramiento de Carlos Moreno-Figueroa como nuevo director general de la organización. Tomará el cargo a partir del 1 de agosto, sustituyendo a José María Verdeguer, actual responsable.

Apple se mantiene como marca más valiosa, seguida de otras tecnológicas

Apple sigue siendo la marca más valiosa por segundo año consecutivo en el ranking Kantar BrandZ. Concretamente, tiene un valor de 880.455 millones de dólares. Google está en segundo lugar, con un valor de 577.683 millones de dólares.

El programa Self-Repair de Samsung ya está disponible en España

Gracias al programa Self-Repair, más clientes de los dispositivos Galaxy de la marca podrán acceder a las herramientas necesarias para realizar sus propias reparaciones, incluyendo kits y piezas originales del fabricante, para prolongar el ciclo de vida de sus dispositivos.

Consumidores y marcas apuestan por el **cuidado personal**

En los últimos años y desde el confinamiento a causa del Covid-19, el mercado del cuidado personal ha evolucionado de forma vertiginosa, con un crecimiento significativo en las ventas del pequeño electrodoméstico dedicado a esta tarea.

■ Existe una tendencia creciente a cuidarse y tener más en cuenta todo aquello relacionado con la salud propia y el bienestar. Las marcas del sector electro lo han notado, especialmente aquellas que cuentan con gamas de pequeños electrodomésticos dedicados al cuidado personal. En los últimos años, estas categorías han experimentado un notable crecimiento, que hace que cada vez más marcas se sumen al carro.

La principal premisa que busca el consumidor en este tipo de productos es que les faciliten las rutinas. Las afeitadoras tienen que ofrecer resultados rápidos y eficaces, del mismo modo que las depiladoras. Los secadores de pelo tienen que ser potentes, pero con sistemas que protejan el pelo de los daños producidos por el calor.

En este sentido, las compañías se preocupan de encontrar soluciones para garantizar la protección del cabello

El consumidor busca productos que le faciliten las rutinas, para lograr resultados rápidos y eficaces.

y ofrecer resultados más brillantes, con un aspecto sano y saludable. Los tratamientos de queratina, argán, iones y revestimientos cerámicos son grandes reclamos, muy buscados por los clientes. También los controles electrónicos de temperatura o los caudales de aire más concentrados en secadores, para reducir su tiempo de uso.

Los clientes también buscan productos que se adapten a sus necesidades individuales, y por ello nacen cada vez más productos especializados, como los cepillos de aire o los moldeadores para cabello liso o rizado.

Esta tendencia se contrapone totalmente al auge de los productos multifunción, también muy presentes últimamente en el mercado, con aparatos que pueden ofrecer distintas posibilidades en una sola herramienta. Ejemplos de ello son los distintos cabezales que incorporan las diferentes gamas de afeitado y depilación y algunos de los productos para el cuidado del cabello.

Los fabricantes también destacan la popularización de los productos inalámbricos y el desarrollo de aparatos compactos, que permitan al usuario llevarlo a cualquier sitio para lucir un look perfecto allí donde esté.

De carácter unisex

Tradicionalmente, en cuidado personal se han distinguido dos categorías muy evidentemente diferenciadas en función del género. Así, se hablaba de productos para mujeres de todos aquellos dirigidos al cuidado del cabello, a artículos antienvjecimiento, de depilación... y contaban con envases y publicidad con notables diferencias. En cambio, el cuidado masculino se reducía al afeitado y rasuradoras.

Sin embargo, los intereses de los consumidores están cambiando, especialmente entre los más jóvenes. La generación Z valora la diversidad y la igualdad, y se caracterizan por una mentalidad más abierta, sin sentirse limitados por su género. Las marcas defienden que esta generación ven el cuidado personal como una forma de expresarse y de sentirse bien consigo mismos.



La generación Z valora la diversidad y la igualdad, con una mentalidad más abierta y sin sentirse limitados por su género.

La industria del cuidado personal ha respondido a este cambio de mentalidad y las marcas están eliminando las barreras de género de sus productos, adoptando un enfoque más neutral en sus nuevos lanzamientos. Desde Ufesa, por ejemplo, apuestan por productos en colores neutros, que no puedan asociarse a ninguno de los géneros.

Aún así, los datos de las marcas revelan que la mayoría de sus consumidores son mujeres. En Sogo apuntan que su perfil principal son mujeres de mediana edad, de entre 35 y 45 años, con gran preocupación por el cuidado del cabello. En el caso de Remington, más de dos tercios de su clientela es femenina, con la edad media situada en 38 años.

Preocupación por la salud

El cuidado personal va más allá de los productos de belleza, destinados a potenciar la mejor cara del usuario. Cada vez más se enfoca también hacia productos del ámbito de la salud, que ofrezcan control de determinados niveles vitales y puedan ayudar a prevenir posibles enfermedades, a través del control de algunas mediciones.

El cliente busca facilidad de uso y fiabilidad, con productos médicos y que estén debidamente certificados. En gran parte a raíz de la pandemia, los consumidores han empezado a preocuparse más por este tipo de productos de salud, más conscientes de la posibilidad de controlarla.

A continuación, pueden ver una selección de productos destacados de varias marcas referentes en todos estos ámbitos del cuidado personal.

Remington

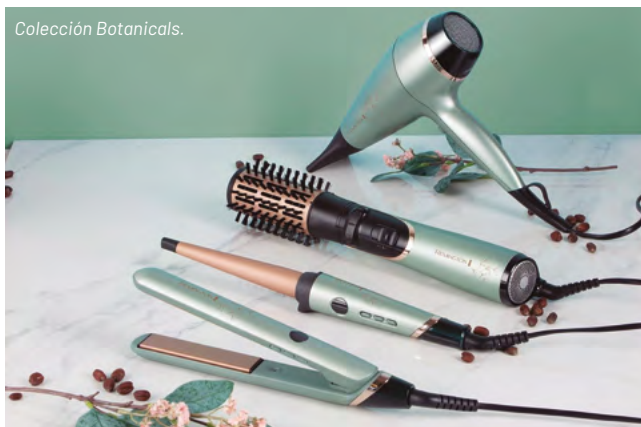


para la fibra capilar. La **colección Hydraluxe** cuenta con microacondicionadores que sellan la humedad del cabello, para mantenerlo hidratado y libre de daños. Por su parte, la **colección Botanicals** incorpora también microacondicionadores, en este caso, infundidos con aloe vera, jojoba y mosqueta, plantas conocidas por su uso en el cuidado de la piel y el cabello.

Keratin Protect: una de sus colecciones más exitosas

Tras años en el mercado, Remington sigue apostando por la **colección Keratin Protect**, reconocida por los sensores de humedad que llevan los productos, los microacondicionadores de keratina y de aceite de almendra que cuidan y protegen la salud del cabello. Los secadores Air3D y la colección de secadores Thermacare son también un reflejo de la búsqueda para brindar buenos resultados de secado a temperaturas más bajas o con un caudal de aire más concentrado, para minimizar los daños.

Colección Botanicals.



Colección Keratin Protect.



Multifuncionalidad y versatilidad con Remington One

La marca observa una tendencia hacia la multifuncionalidad en los productos y la versatilidad en cuanto a cuidado personal. Como fabricantes, crean herramientas para peinar, recordar, depilar... que cubren las necesidades de salud y belleza de hombres y mujeres indistintamente. Así, en su nueva colección **Remington One**, futuro lanzamiento para navidades 2023, transmiten multifuncionalidad y versatilidad en toda la gama.

Colección Remington One, próximo lanzamiento.



Los dispositivos Remington cubren necesidades de estilo.





Ufesa / www.ufesa.es

Elegance Compact es la propuesta más destacada de Ufesa en cuidado personal. Se trata de una fotodepiladora de luz pulsada intensa (IPL) unisex, que ayuda a conseguir una piel sin vello durante más tiempo. Es segura para usarla en todo el cuerpo, incluyendo zonas sensibles como la línea del bikini y también la cara, siempre por debajo del pómulo. Para eliminar el vello en estas zonas tan delicadas, el dispositivo usa el sistema de fotodepilación IPL con regulación de la intensidad en base al tono de piel. Cuenta con 5 posiciones ajustables de intensidad de luz, para garantizar un tratamiento suave y eficaz. Ofrece una vida útil de lámpara de cuarzo de 300.000 disparos. Además, cuenta con un cabezal de 3 cm² que abarca gran superficie de precisión. Ufesa apuesta por este tipo de depilación como una tendencia en auge, poniendo el foco en garantizar la seguridad en todas las zonas del cuerpo y teniendo en cuenta los diferentes fototipos.

Sogo / www.sogo.es

Sogo apuesta por el cuidado personal más tradicional con su gama de cabello, que experimentó un crecimiento en la demanda durante la pandemia del Covid-19, al estar cerradas las peluquerías. Cuentan con el secador de pelo profesional SS-3656, con potencia de entre 1.800W y 2.200W. Funciona con la mejor tecnología de secado iónica, que se adapta al cabello grueso, fino, seco y encrespado. El revestimiento de turmalina ayuda a suavizar el cabello seco, al sellar la humedad en el cabello. Cuenta con un botón de aire frío, para darle más brillo y mantener el peinado durante más tiempo. Incluye la tecnología Nano Silver Tourmaline Ceramic, que une micropartículas de cerámica y plata, con una combinación única para el cabello. Viene con boquilla difusor y con concentrador, para secar con facilidad distintos tipos de melena, y lleva una cubierta de filtro desmontable para limpiarlo regularmente y aumentar su durabilidad.



Cecotec / www.cecotec.es

La amplia gama en cuidado personal de Cecotec abarca productos como secadores de pelo, planchas y rizadores, cepillos alisadores, depiladoras, afeitadoras, básculas, sets para el cuidado de manos y pies y también dispositivos para la higiene bucal. En esta última categoría apuestan por los irrigadores dentales, como el set Bamba ToothCare 1200 Jet Pro. Incluye 7 boquillas intercambiables que se adaptan a diferentes usos, con especiales para ortodoncia, periodontal, para placa y limpiador de lengua, y consiguen una limpieza en profundidad. Cuenta con un ángulo completo de giro de 360 grados y nueva tecnología de modulación de pulsos, con hasta 1.200-1.700 pulsos por minuto, para acceder hasta donde el cepillo dental no llega. Dispone de un espacio especial para guardar sus 7 boquillas y activar la función de desinfección, con luz UV integrada.



Solac / www.solac.com

De Solac destaca su cepillo alisador Expert Ionic Brush. Consigue peinar y alisar la melena en un solo gesto, ya sea en pelo rizado o liso. Cuenta con un doble generador de iones, que lo hace capaz de alisar todo tipo de cabello, neutralizando la electricidad estática y eliminando el en-crespamiento. Incorpora control electrónico de temperatura hasta 220°C, para alisar la melena a la vez que la protege. Además, lleva un recubrimiento cerámico para un suave deslizamiento y un extra de protección. Incluye púas de punta fría para evitar daños en el cuero cabelludo y facilitar su uso de una forma más segura.



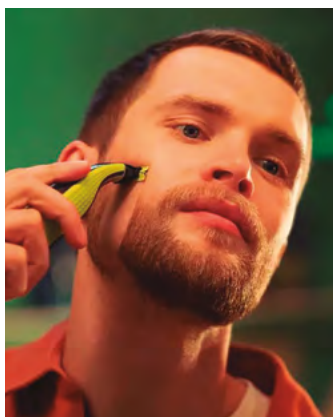
Beurer / www.riverint.com

Desde River International, señalan la gama de productos de su marca Beurer, con opciones tanto de belleza como en salud, sector en que cuentan con una amplia experiencia. A raíz de la pandemia, se popularizó el uso de este tipo de productos. Destaca su modelo más vendido, el BM-27-L, un tensiómetro de brazo de fácil uso. Dispone de un indicador de posicionamiento para colocarlo correctamente a la altura del corazón. Cuenta con 4 x 30 mediciones de memoria, para que hasta cuatro usuarios distintos puedan almacenar sus valores de medición. Lleva también detector de arritmias.



Foreo / www.foreo.com/es

Precursores de los cepillos faciales sónicos de silicona, Foreo siguen dominando en materia de cuidado facial y de la piel. Su dispositivo más destacado sigue siendo el cepillo Luna, para la limpieza del rostro. Van ya por la cuarta generación, con hasta seis versiones en la última de ellas: Luna, Luna 4 body, Luna 4 plus, Luna 4 men, Luna 4 mini y Luna 4 go. Elimina hasta el 99% de suciedad, grasa y restos de maquillaje de la piel, además de ofrecer masajes guiados antiedad y de tonificación. La marca sueca ha presentado recientemente Peach 2, su dispositivo de depilación IPL, con cinco intensidades y dos modos distintos.



Philips / www.philips.es

Lo más nuevo de Philips en su gama de afeitado es la OneBlade 360, una innovadora cuchilla 360 apta para recortar, perfilar y afeitar cualquier barba sin esfuerzo. Eleva el control del usuario y permite el contacto constante con la piel, sin irritaciones ni daños. Además, logra alcanzar las zonas más difíciles con mayor comodidad, ya que puede inclinarse en todas direcciones para ajustarse a las curvas de la cara. Cuenta con un diseño bidireccional, otorgando un rendimiento superior al dar la posibilidad de perfilar los bordes y crear líneas definidas moviendo la cuchilla en cualquier dirección. También incluye la tecnología Wet&Dry, para poder utilizarla en seco o en mojado, debajo de la ducha.



Dyson / www.dyson.es

Dyson sigue innovando en cuidado del cabello, con lanzamientos sorprendentes. Después de su revolucionario Airwrap y su reconocido secador Supersonic, ahora han presentado la plancha Airstraight, capaz de alisar el cabello mojado sólo con aire, sin uso de placas calientes ni calor extremo. Emite un potente flujo de aire concentrado en el ángulo preciso para impulsarlo hacia abajo del mechón, y así consigue alisar y secar simultáneamente el cabello. Dispone de un control inteligente del calor, para evitar daños. Funciona con el motor Hyperdymium, ligero pero muy potente.



Hyperice / www.hyperice.com/es

Los especialistas en productos de masaje muscular cuentan con el Hypervolt Go 2, su pistola de percusión portátil capaz de aliviar dolores y sobrecargas musculares. Tiene tres velocidades distintas, en un diseño ergonómico, muy compacto y ligero, para manejarla fácilmente. Se trata de una solución de penetración profunda a los músculos rígidos, para agilizar la recuperación muscular y garantizar que sea duradera. La terapia de percusión funciona por ráfagas de presión en la zona muscular, que disminuyen la sensación de dolor y aumentan el flujo sanguíneo, para mejorar la circulación y aliviar la carga.



Taurus / www.taurus-home.com

Entre su gama de cuidado personal, Taurus cuenta con la afeitadora eléctrica 3 Side Shave IPX7, uno de sus recientes lanzamientos. Destaca tanto por su resistencia al agua como por su diseño Total Curve Technology, que garantiza un afeitado con menos pasadas. Se caracteriza por sus tres cabezales basculantes, capaces de ajustarse al contorno de la cara y cuello, para eliminar el vello por completo. En su parte posterior, incorpora un cortapatillas desplegable para perfilar las patillas o el bigote. Cuenta con protección IPX7, lo que permite usarla bajo la ducha sin problemas, y tiene hasta 45 minutos de autonomía.



Panasonic / www.panasonic.com/es/

Otra marca que apuesta por la depilación es Panasonic, con su nueva Serie EY. Son unas innovadoras depiladoras con función Doble Disco, para asegurar una piel suave y sin vello en una sola pasada. El modelo más completo es la EY90, con accesorios para zonas más delicadas como ingles o axilas, una lima para talones y pies, y también un cepillo facial exfoliante. Incorporan un cabezal pivotante a 90 grados, para adaptarse a todos los contornos del cuerpo, y tres

velocidades, para adaptarse a todo tipo de vello. Para ofrecer una mayor precisión, los nuevos modelos están equipados con un sensor de presión con luz, que parpadea si se ejerce demasiada fuerza. Además, se consigue mayor visibilidad en la zona.

Las últimas tendencias en **cocina sana**

El sector PAE fomenta los hábitos saludables a través de soluciones tan variadas como freidoras de aire, ollas de cocción lenta, planchas de asar, licuadoras, vaporeras, extractores de nutrientes y panificadoras.

■ Desde hace varios años, la población está tomando consciencia de la importancia de cuidarse tanto por dentro como por fuera. En esta apuesta por el *wellbeing*, mantener una dieta equilibrada y consumir alimentos saludables está a la orden del día. Es en este contexto en el que han empezado a tomar fuerza tendencias como el *realfooding* (un movimiento que deja atrás los ultraprocesados para priorizar la comida sencilla) y la apuesta por los productos Km0, de temporada y orgánicos.

La cocina sana está en auge

Tal como aseguran desde Taurus, “actualmente la sociedad está muy concienciada en la prevención de enfermedades cardiovasculares y los hábitos de vida saludables y todo parece indicar que así seguirá siendo en el futuro”. Así pues, desde la compañía se muestran convencidos de que “la cocina saludable continuará ocupando un lugar primordial en la dieta de los consumidores”.

En la misma línea, desde Cecotec explican que “el sector PAE se encuentra en un proceso de adaptación a las nuevas tendencias relacionadas con la alimentación sana y el estilo de vida ecológico. A medida que más personas se preocupan por su bienestar y el del planeta, hemos ido desarrollando una amplia gama de soluciones, cada vez más

eficientes, que facilitan la preparación de recetas saludables en el hogar”.

El sector del PAE evoluciona

Cuando se trata de hacer salud, el origen y el valor nutricional de los alimentos no es lo único que importa. Es imprescindible apostar también por métodos de cocción o preparación que respeten las propiedades de dichos alimentos y no los contaminen.

Es por ello que el sector del PAE ha desarrollado numerosas soluciones que cubren esta demanda. Entre estas destacan las siguientes: freidoras de aire o *airfryers*, ollas de cocción lenta o *arroceras*, planchas de asar o *grills*, licuadoras, estuches de vapor o vaporeras, extractores de nutrientes y panificadoras.

En opinión de Ariete, “la practicidad, versatilidad y rapidez han pasado a ser elementos clave de nuestro día a día



culinario y muchos de estos pequeños electrodomésticos cubren estas necesidades. Lo que ha empezado como un nicho se está imponiendo en muchas casas”.

Eficiencia energética

Además de garantizar la conservación de los valores nutricionales de los alimentos, es importante que los pequeños electrodomésticos orientados a la cocina sana sean también eficientes en términos de consumo. Así lo aseguran desde Sogo, quienes afirman que las soluciones como las freidoras de aire no sólo permiten ahorrar ingredientes, ya que prácticamente no requieren aceite para la cocción, sino que son también más eficientes a nivel de consumo eléctrico; una cuestión cada vez más prioritaria para los usuarios.

En la misma línea, Spectrum Brands, distribuidora de la firma Russell Hobbs en España, explica que “las freidoras de aire ofrecen un ahorro energético importante en comparación con un horno eléctrico, ya que calientan menos espacio. Los consumidores van siendo cada vez más conscientes de ello y la prueba es que estos electrodomésticos mantienen una demanda estable y todavía con camino por delante”.

A pesar de todo, los profesionales de Cecotec consideran que “aunque actualmente existe un creciente interés en la eficiencia energética y la sostenibilidad de los electrodomésticos, todavía es habitual que los consumidores sigan priorizando o teniendo en cuenta otros factores como las prestaciones o el precio”.



Ahorro y sostenibilidad

Bosch ofrece algunos consejos para elegir correctamente un pequeño electrodoméstico en términos de ahorro energético. En sus palabras: “es importante tener en cuenta que a mayor potencia mayor consumo, por lo que sería conveniente adquirir uno acorde a nuestras necesidades y usarlo de manera eficiente. Es también importante no sobrecargar los electrodomésticos, utilizar el nivel de potencia adecuado para cada tarea, desconectarlos cuando no estén en uso, limpiarlos y realizarles un correcto mantenimiento para un rendimiento óptimo”.

Desde la misma empresa hablan también sobre sus esfuerzos en materia de sostenibilidad: “todos nuestros electrodomésticos están siendo diseñados de manera sostenible, incorporando materiales duraderos y reciclables libres de materiales tóxicos, e intentando reducir los consumos energéticos”. Esta tendencia está cada vez más extendida en el sector del PAE, ya que vela por el medio ambiente en la misma línea que la eficiencia energética.

En las próximas páginas presentaremos una selección de pequeños electrodomésticos que permiten seguir una dieta saludable desde la comodidad del hogar.



Taurus

Las propuestas de Taurus en cuanto a cocina sana se centran sobre todo en freidoras de aire. La marca cuenta con una gama completa, con un par de modelos destacados y con notables características diferenciadas. Dentro del sector del PAE, se esfuerzan por responder a las necesidades de la población, especialmente de toda aquella gente que se preocupa por seguir un estilo de vida saludable, que cada vez suma más adeptos.

Además de la imperante *air fryer*, subrayan otros electrodomésticos como las planchas de asar o las vaporeras para cocer al vapor. Las marcas se van adaptando a gran velocidad, consiguiendo lanzar grandes familias de producto en tiempo récord.

Air Fry Digital Grill

La mayor innovación es el modelo Air Fry Digital Grill, que combina lo mejor de la freidora de aire, sin aceite, y de un horno de sobremesa. Con una gran capacidad, hace mucho más fácil conseguir esa deliciosa textura crujiente con muchas menos calorías. En su recipiente de 12 litros permite cocinar porciones más grandes para toda la familia. Además, ofrece 8 programas preestablecidos, para una máxima versatilidad en la cocina. Como el resto de freidoras de aire de Taurus, usa la tecnología de circulación de aire de 360° para cocinar los alimentos con poco o nada de aceite. Esta distribución uniforme es la que permite conseguir el *crunchy* sin grasa. Lleva múltiples accesorios, para potenciar sus ocho funciones y la preparación de una gran variedad de platos. Entre ellos, cuenta con una bandeja desmontable, que permite cocinar diferentes alimentos al mismo tiempo. Tiene también puerta transparente, para ver la cocción y tenerla controlada en todo momento.

Air Fry Digital Duo

Por otro lado, la Air Fry Digital Duo ha sido concebida para cocinar para toda la familia. Tiene dos cestas separadas, de 4,5 litros cada una, para preparar grandes cantidades de dos recetas a la vez. Su gran interior es de acero inoxidable, resistente y que facilita una limpieza rápida y sin complicaciones.

Este modelo permite ahorrar tiempo, al poder cocinar dos elaboraciones simultáneamente. Gracias a su tecnología Sync Finish, se pueden sincronizar las dos cubetas para que acaben la cocción a la vez, y poder disfrutar ambas recetas al mismo tiempo. Cuenta con hasta 12 programas preestablecidos, para preparar desde patatas fritas hasta aros de cebolla y salchichas de manera saludable y con un solo clic. También tiene seis niveles de temperatura, para ajustarla fácilmente a las diferentes recetas.



Sogo

Para Sogo, lo más destacado en PAE para cocina sana son las freidoras de aire sin aceite. En su catálogo, incluyen varias referencias de este tipo de producto, acordes a distintos tipos de necesidades.

Doble cesta y 9 litros, SS-10845

Este modelo de freidora de aire tiene dos cestas independientes, con una capacidad de 4,5 litros cada una, para poder cocinar dos elaboraciones a la vez, con distintos modos, temperatura y tiempos. Tiene una potencia de 1.750W y cuenta con 12 funciones preestablecidas. Incorpora el sistema inteligente *Smart Finish*, para terminar ambas recetas a la vez, y *Match Cook*, para cocinar grandes cantidades y utilizar ambas cestas al mismo tiempo, obteniendo una gran cavidad de 9 litros. Las cubetas están hechas de acero inoxidable.



SS-10845, de 9 litros y con doble cesta.



SS-10875, con 8 litros de capacidad.

8 litros de capacidad y 1.600W de potencia, SS-10875

La SS-10875 cuenta con una única cubeta de gran capacidad, 8 litros, con revestimiento antiadherente extraíble. Tiene 10 funciones distintas de cocción, incluyendo una de deshidratación y otra de descongelación. Además, lleva un recordatorio automático de agitación de alimentos a mitad de cocción, para mejores resultados. Incorpora una pantalla digital con luz LED y panel de control táctil.

Modelo estándar, de 5,5 litros, SS-10815

Esta freidora de aire tiene 1.700W de potencia y una cesta freidora de 5,5 litros, con revestimiento antiadherente. Tiene 8 funciones distintas de menú, e incluye también pantalla digital LED y panel táctil. Lleva la opción de recordatorio automático para remover los alimentos, y permite ajustar la temperatura entre 80°C y 200°C.



SS-10815, con 5 litros y medio de capacidad.



Cesta de vidrio y 4,5 litros, SS-10870

La SS-10870 tiene como aspecto diferencial una cesta de vidrio, resistente hasta 195°C y con 4,5 litros de capacidad. Incorpora pantalla LED y panel táctil, con 5 funciones de menú y timbre de auto listo. Incluye una bandeja grill extraíble.

SS-10870, con cesta de vidrio y 4,5 litros de capacidad.

Postres de fruta helada

Más allá de las freidoras de aire, Sogo destaca su SS-5246, una máquina para hacer postres de fruta helada, para llevar la cocina sana hasta las recetas más dulces.



Ufesa / www.ufesa.es

Para adaptarse a la evolución de la sociedad hacia un estilo de vida más saludable, Ufesa hace gala de su freidora de aire Elektra White, una de sus joyas de la corona, y de la novedosa batidora de vaso Onyx GO!

Elektra White tiene una cubeta con capacidad de 5 litros, para preparar todo tipo de recetas. Cuenta con 8 programas preestablecidos y control digital táctil, para establecer el tiempo y la temperatura de cocción. Presenta un diseño con cuerpo y



asa de tacto frío, además de una base antideslizante, para cocinar de forma completamente segura.

Por otro lado, la batidora Onyx GO! es la mejor compañera para quienes llevan un estilo de vida activo. Permite elaborar smoothies en cualquier sitio gracias a su diseño compacto y portátil. Se carga fácilmente con USB y cuenta con dos baterías, para poder utilizarla hasta 20 veces con una sola carga. Lleva un vaso de tritán de 400 mililitros, completamente libre de BPA, y 6 cuchillas de acero inoxidable para triturar todo tipo de alimentos. También dispone de un sistema de bloqueo de seguridad, apagado automático después de 45 segundos y tapa sport, para beber directamente del vaso.

**Jata / www.jata.es**

Desde siempre, Jata ha sido conocida por sus planchas de asar, producto insignia de la marca. Para la compañía, sus parrillas recogen de manera muy directa todo lo que se necesita para una cocina saludable y un estilo de vida sano. Cuentan con varias referencias, todas ellas fabricadas en España, con unos estándares de calidad y sostenibilidad muy elevados, apostando por crear entorno y generar productos de gran calidad.

Por otro lado, están apostando también por esta última gran tendencia de las freidoras de aire, con una amplia gama en varios tamaños disponibles. Consideran que han aterrizado como una nueva forma de consumir y que son una moda que ha llegado para quedarse. Cada vez la salud es más importante y consideran que la sociedad irá tomando mayor conciencia de los productos que se consumen, exigiendo mucho más, ya no sólo por salud, sino también por sostenibilidad. Su gran éxito reside, según Jata, en la rapidez y el consumo frente al horno tradicional. Para ayudar a los usuarios en el mundo de la cocina sana, la marca ha creado varios libros sobre las *air fryers* y una *skill* de Alexa. Con tan sólo decir “Alexa, abre freidora de aire”, permite consultar los tiempos y temperatura de cocinado.





Cecotec / www.cecotec.es

Cecotec lanza un nuevo modelo de airfryer con autodosificador de aceite incorporado para lograr el punto perfecto en cada elaboración con la medida exacta de aceite. Se trata de Cecofry Rain, la primera airfryer que lleva un dosificador de aceite integrado, capaz de pulverizar la cantidad justa de aceite para cada receta, de manera automática, innovación de la marca valenciana Cecotec. Cecofry Rain, por medio de sus funciones Custom Crispy, ofrece al usuario 8 menús preconfigurados y 7 niveles de pulverización para alcanzar el punto de cocción óptimo.



Ariete / www.riverint.com

De entre las propuestas de Ariete, firma distribuida en España por River, destaca la airfryer 4618. Capaz de freír con un 80% menos de grasa que una freidora de aceite tradicional, cuenta con una capacidad máxima de 5,5 litros y está disponible en diferentes colores para ajustarse a los gustos de cualquier consumidor. Esta freidora tiene 7 programas de lo más útiles, entre los que se incluye el de deshidratación, seleccionables a través de una pantalla táctil LCD. Otro producto de Ariete que ayuda en la labor de comer de forma saludable sin tener que limpiar demasiado es la batidora de vaso personal modelo 559.



Russell Hobbs / www.spectrumbrands.com

Russell Hobbs propone el robot de cocina SatisFry Air & Grill de 5,5 litros. Tiene dos fuentes de calor (inferior y superior con ventilador) y siete funciones de cocción: fríe con aire, asa, hornea, cocina a baja temperatura y a la plancha, sella y mantiene la comida caliente. No necesita aceite (o muy poco) para la cocción, lo que permite reducir la cantidad de grasa. Además, es muy sencillo e intuitivo de usar gracias a su pantalla digital, con la que se controla tanto la temperatura y el tiempo como la evolución de la cocción. Su termostato regulable permite oscilar entre los 60º y los 260º, generando un amplio abanico de posibilidades.



Bosch / www.bosch-home.es

Las batidoras Bosch con función o accesorio de vacío (como la VitaPower Serie | 8 1000 W Acero) presentan grandes ventajas a la hora de cocinar, ya que permiten una mayor frescura y duración de los alimentos. Al extraerse el aire del recipiente durante la mezcla, se evita la oxidación y se reduce la formación de burbujas de aire en los alimentos. Esto ayuda a mantenerlos frescos durante más tiempo y a preservar su sabor, textura y nutrientes. Del mismo modo, permite conseguir texturas más suaves y homogéneas, una mejor conservación de los colores al evitar la oxidación y una mayor estabilidad de las preparaciones.

En la prehistoria del **smart home**

Según un estudio de Precedence Research, el mercado mundial de Smart Home pasará de los 80.500 millones de dólares de cifra de negocio que logró en 2022, a los 582.000 millones de dólares en 2032 (incluyendo iluminación, seguridad, climatización, entretenimiento, altavoces, cuidado de la salud, cocina, electrodomésticos y mobiliario).

■ El hogar inteligente o conectado, el smart home, ha venido para quedarse. Cada vez hay más productos en los hogares con conexión a Internet y que permiten su control por parte de los usuarios a través de sus teléfonos móviles o incluso mediante comandos de voz. Asimismo, cada vez más, como parte de su equipamiento, la vivienda nueva incluye sistemas domóticos que integran elementos de seguridad, iluminación o confort. Pero esto es sólo el principio, las cifras mencionadas en la entrada de este reportaje indican una tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR) para este mercado del 21,88% entre 2023 y 2032.

Para explicar estos crecimientos previstos a nivel mundial Precedence Research apunta la popularidad de los asistentes digitales como Alexa y Siri, que contribuyen a impulsar la demanda de productos para el smart home. En este sentido, estos avances en la interrelación directa permiten a los consumidores disfrutar de dispositivos

El mercado de dispositivos smart home crecerá a nivel mundial a casi un 22% anual hasta 2032, impulsado por las viviendas de obra nueva.

personalizados, que ofrecen una mejor experiencia de usuario. Igualmente, la rápida adopción de tecnologías como la inteligencia artificial (IA), o el internet de las cosas (IoT) también impulsa la expansión del mercado.

A todo ello hay que añadir la creciente urbanización, la globalización y el aumento de los ingresos disponibles en muchos países. Por su puesto, también la creciente preocupación sobre la seguridad del hogar y la vinculación de estos equipos con los exitosos y cómodos teléfonos

móviles. Otra tendencia dinamizadora del sector es la preocupación de los padres por sus hijos pequeños, que ha disparado la venta de cámaras inteligentes de videovigilancia para bebés, en los últimos años.

Impulso durante la pandemia

Precisamente, durante el COVID, el confinamiento ayudó a crecer al mercado de smart home. La gente, obligada a quedarse en casa, despertó su interés por los dispositivos inteligentes en el hogar para facilitar sus vidas. Las estaciones de carga inteligentes, los dispositivos IoT, los dispositivos Wi-Fi inalámbricos y los dispositivos de control de acceso experimentaron un boom durante el confinamiento, cuando la mayoría de la población trabajaba desde casa.

La creciente demanda de dispositivos de entretenimiento, como televisores inteligentes y sistemas de cine en casa, contribuyó en gran medida al crecimiento del mercado durante este periodo crucial. Además, precisamente esta demanda alcista llevó a muchas empresas a entrar en mercado de dispositivos domésticos inteligentes. Esto ha creado una dependencia de dispositivos inteligentes que hará que se mantenga el crecimiento del mercado global tras la pandemia.

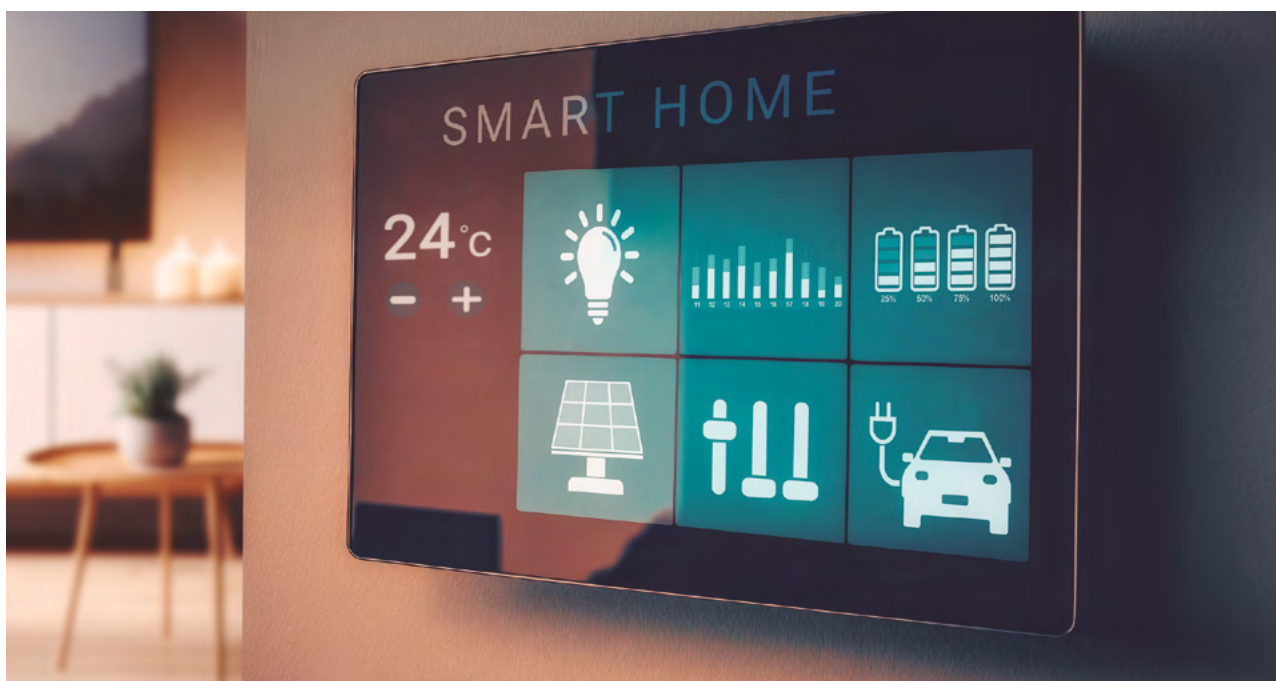
Los nuevos edificios, cada vez más inteligentes y conectados

En cuanto al aumento de la población y la infraestructura urbana harán crecer al sector de la construcción. Sobre todo, en China, EE.UU. e India, lo que llevará aparejada la inclusión en esas nuevas viviendas de dispositivos domésticos inteligentes. Así, son cada vez más las constructoras y promotoras que ofrecen ya en sus viviendas cámaras de seguridad inteligentes, sistemas de cerraduras inteligentes o sistemas de iluminación inteligentes. Según Precedence Research, del mercado total de smart home, algo menos de tres cuartas partes corresponde al equipamiento de obra nueva, y el resto es para el equipamiento de los hogares existentes.

Además, hay que tener en cuenta que cada vez son más las marcas que lanzan productos relacionados con el smart home, por lo que el potencial es realmente enorme.

En las páginas siguientes ofrecemos una selección de productos de diversas categorías de lo que podríamos considerar smart home que están ya disponibles en el mercado español, o lo harán en breve.

www.precedenceresearch.com



Junkers Bosch



Bosch EasyControl CT 200

Junkers Bosch ofrece el controlador con conexión a internet, **Bosch EasyControl CT 200**, un controlador WiFi modulante inteligente y muy sencillo de utilizar. El dispositivo incluye función de autoaprendizaje, que memoriza los hábitos de consumo en el hogar y adapta la gestión del calor en consecuencia.

Igualmente, dispone de control de presencia. Ello significa que puede reconocer la posición GPS del smartphone del usuario y activar la calefacción cuando detecte su cercanía. EasyControl, combinado con la app del mismo nombre, permite controlar fácilmente la calefacción de cada estancia por separado para disfrutar del máximo confort donde y cuando se quiera.



El controlador puede funcionar con las válvulas termostáticas de radiador inteligentes de Bosch con total sencillez. Estas se pueden instalar fácilmente y, una vez concluida la instalación, se podrá configurar un programa horario específico para cada cabezal termostático electrónico en la app EasyControl. De este modo solamente calentará las estancias del hogar cuando sea necesario y a la temperatura que se desee. Esto incrementará el ahorro de energía y el nivel de confort de la casa. Asimismo, al utilizarse en combinación con la nueva gama de calderas Condens, el controlador Bosch EasyControl CT200 y las válvulas de radiador Smart, aumentan todavía más la eficiencia del sistema de calefacción con tecnología Bosch. De esta forma, si gracias al controlador WiFi es posible reducir un 25% el consumo y aumentar un 4% la eficiencia energética de la instalación, al sumar las válvulas termostáticas se puede conseguir hasta un 5% más de eficiencia energética.

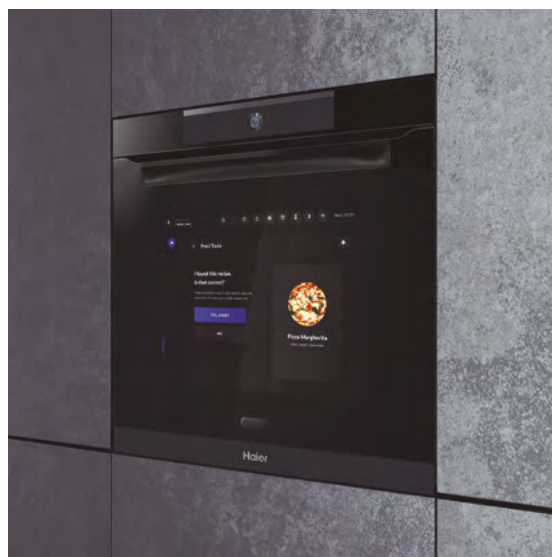


Samsung / www.samsung.com/es

Combinando las últimas mejoras de SmartThings de Samsung y la tecnología de IA, los electrodomésticos Bespoke ofrecen una experiencia doméstica automatizada, en la que los dispositivos aprenden los patrones de uso de los usuarios y proporcionan una experiencia personalizada. Para ello, Samsung está integrando compatibilidad con Wi-Fi en todos los nuevos dispositivos Bespoke y hará de la conectividad un estándar en todas sus líneas. Así, por ejemplo, el uso de la Inteligencia Artificial integrada en sus frigoríficos permite ahorrar hasta un 30% de energía. Su nueva función de ahorro de energía AI Energy Mode, que forma parte de SmartThings Energy, ofrece un mayor control de los electrodomésticos generando un uso más eficiente. AI Energy Mode hace un seguimiento inteligente de variables como cuántas veces se abre la puerta del frigorífico o la temperatura de la habitación, el algoritmo de SmartThings toma nota y responde reduciendo el consumo de los equipos.

Haier / www.haier-europe.com

Chef@Home, el horno inteligente conectado de Haier, con IA, incluye una pantalla táctil en su puerta para ayudar a los usuarios a cocinar sus platos favoritos. Así, su función Preci Taste reconoce los diferentes alimentos introducidos en el horno, gracias a una cámara en el interior de la cavidad, y sugiere el ajuste de cocción ideal. Por su parte, la sonda térmica inalámbrica PreciProbe, mide la temperatura interna de los alimentos y la comunica al usuario vía Bluetooth a través de la app hOn. Asimismo, la unidad también puede comprobar la temperatura interior del horno y ajustar automáticamente la temperatura, el tiempo de cocción y los ciclos, de forma automática.



Teka / www.teka.com/es-es/

Bajo la denominación Teka Home, Teka incluye una serie de electrodomésticos inteligentes conectados y gestionables a través de la app del mismo nombre, e incluso mediante comandos de voz con Alexa. Un ejemplo es la campana inteligente decorativa vertical con función HobToHood y conexión WiFi. La función Hob to Hood, enciende la campana y ajusta la intensidad

en función de lo que se esté cocinando, ya que se conecta con la placa de cocción. De esta manera, la campana ajusta la velocidad de extracción al cocinado.

Daikin / www.daikin.es

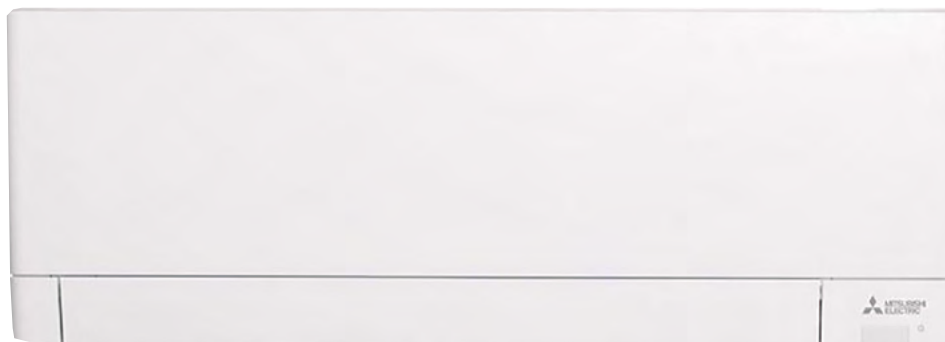
La tercera generación del equipo de climatización Daikin Emura, que ofrece aire acondicionado en verano y calefacción en invierno, cuenta con funciones inteligentes añadidas para conseguir mejorar la experiencia del usuario. En este sentido, destaca como novedad en esta tercera generación la posibilidad de integrar la unidad en el "ecosistema Daikin" a través de su aplicación Onecta, con otros productos, ya sean purificadores o equipos Daikin Altherma. Además, Daikin Emura utiliza un sensor térmico inteligente y aletas especialmente diseñadas para redirigir el flujo de aire y garantizar una temperatura constante y armonizada en toda la habitación.

Daitsu / www.eurofred.com/

Entre los últimos lanzamientos de Eurofred destaca el nuevo split pared Cool Pro 1x1 de Daitsu, que aporta confort, conectividad y ecodiseño. Al contar con control WiFi incluido, el Split pared Cool Pro 1x1 de Daitsu permite a los usuarios encender, apagar, controlar y programar sus equipos desde cualquier lugar, a través de su smartphone o tablet, gracias a la App ConnectLife. Además, es compatible con Alexa y Google Home, lo que posibilita ajustar las unidades desde la aplicación del hogar mediante el dispositivo móvil o control por voz.

**Mitsubishi Electric / www.mitsubishielectric.es**

La serie MSZ-AY de equipos de aire acondicionado con bomba de calor ofrece clasificación energética A+++ tanto en modo frío como calor, garantizando el ahorro energético. Además de por su bajo nivel sonoro de tan sólo 18db(A), la serie MSZ-AY destaca por el control WiFi MELCloud, que permite controlar la temperatura y el aire acondicionado a través de cualquier



smartphone, tablet o PC y conocer en todo momento el consumo eléctrico. Otras prestaciones incluyen filtro purificador de aire y modo autolimpieza.

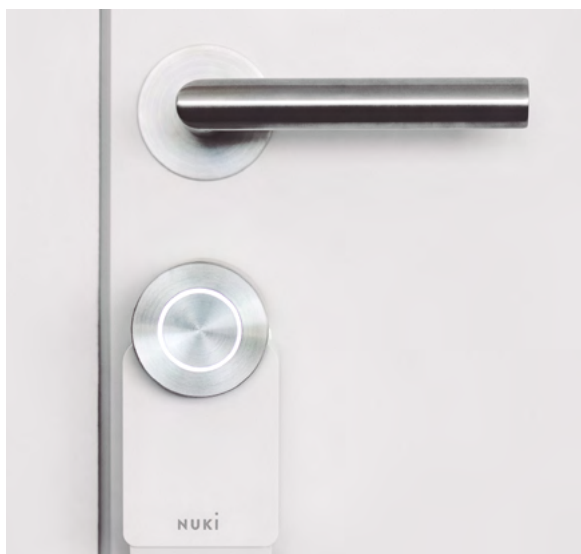


Tapo / www.tp-link.com/es/

Tapo C325WB es una cámara WiFi de vigilancia avanzada para exteriores. Destaca por su lente de gran apertura y su sensor avanzado que captura imágenes con colores más naturales y detalles más vivos, incluso en condiciones de muy poca luz. Además, esta cámara está equipada con un potente chip que permite incorporar funciones de detección por IA mejoradas. La cámara también es resistente a las inclemencias del tiempo gracias a su certificado IP66 que protege todos sus componentes frente a la lluvia y el polvo.

Hisense / www.hisense.es

El televisor inteligente E7K de Hisense, especial para gamers, incluye 144 Hz de tasa de refresco variable y modo de baja latencia automático que aseguran que la tarjeta gráfica y la pantalla trabajan a la par. A su resolución 4K y a las tecnologías de imagen Quantum Dot Colour y Dolby Vision IQ & Dolby Atmos, hay que sumar WiSA (Wireless Speaker & Audio), el nuevo estándar de audio inalámbrico. WiSA es un estándar de hardware y software para la transmisión inalámbrica de audio digital de alta resolución desde un dispositivo fuente a un máximo de ocho canales. Cuenta con un sonido multicanal envolvente que se puede configurar en minutos, ofreciendo audio digital inalámbrico de alta resolución desde un dispositivo fuente.



Nuki / www.nuki.io/es/

La cerradura inteligente Nuki 3.0 Pro con conectividad WiFi integrada se instala por la parte interna de la puerta de forma rápida, sencilla y sin necesidad de cambiar nada. Este nuevo modelo Pro con batería y WiFi integrados permite al usuario facilitar el acceso a quien desee, sin necesidad de dejar las llaves. Nuki utiliza mecanismos de cifrado de última generación, como los de la banca online. La comunicación con Smart Lock se realiza mediante un cifrado de extremo a extremo. Además, la cerradura electrónica es probada y certificada regularmente por institutos de seguridad independientes. De hecho, Nuki Smart Lock fue reconocido como producto seguro para Smart Home por AV-TEST en 2021.

IFA 2023

presenta las claves de esta nueva edición

La feria IFA de Berlín 2023 ya tiene activada la cuenta atrás para su inauguración el próximo 1 de septiembre. Mientras tanto, va revelando nuevas informaciones. El 5 y 6 de julio ofrecieron en la capital alemana la conferencia de prensa Innovation Media Briefing.

■ Los primeros avances de la próxima edición de IFA Berlín apuntan a un gran foco en la sostenibilidad del sector, en todas sus vertientes: economía circular, uso de materiales reciclados, reparabilidad, productos reacondicionados... El otro gran eje tiende a la virtualización, con gran importancia de la inteligencia artificial, los avances en el sector y concretamente con esta tecnología y otros mundos como el metaverso.



Oliver Merlin, director general de IFA Management.

Los primeros avances de IFA Berlín 2023 muestran dos grandes focos: la sostenibilidad y la virtualización del sector.

Es importante recordar que su organización ha cambiado. Ahora está en manos de IFA Management GmbH, una nueva empresa conjunta formada por la asociación de fabricantes gfu junto a Clarion Events, nueva organizadora del evento, después de llegar a un acuerdo con Messe Berlin.

Innovación sostenible

La bienvenida la dio el director general de IFA Management, **Oliver Merlin**, que puso el acento en la I de IFA, con cuatro significados: innovación, internacionalización,

“En 2100, en el mar habrá más plástico que algas”, advirtió la ecologista Monika Griefahn, gran impulsora de la economía circular.

inspiración e imaginación. A continuación, cuatro ponentes ofrecieron sus perspectivas en sostenibilidad.

Monika Griefahn, fundadora de Cradle-to-Cradle, impulsora de la reutilización y el reciclaje, se centró en la economía circular para reducir la cantidad de residuos generados. “En 2100, en el mar habrá más plástico que algas”, advirtió la ecologista. Para cambiar el modelo, propuso empezar a ofrecer servicios, en vez de vender productos.

Otros ponentes se centraron más en la reparabilidad de los electrodomésticos. **Claudia Kreft**, representante del consumidor en el estado alemán de Turingia, habló de los incentivos del gobierno federal a través del repair bonus. Ofrecen ayudas económicas para que los usuarios reparen sus bienes electrónicos, antes de comprarlos nuevos.

Siguiendo esta línea, **Steffen Vangerow**, director general de Runder Tisch Reparatur alabó la propuesta turingia, pero criticó la falta de recursos e incentivos en reparaciones: “Si reparamos más, no habrá tanto material que debamos reciclar”. Explicó que los propios fabricantes ponen también trabas, con la falta de stock de componentes, los precios excesivos y las garantías que sólo cubren determinadas averías.

Por su parte, **Tim Seewöster**, director de marketing de la empresa de reacondicionados As Good as New, puso en valor este tipo de dispositivos como aliados hacia la sostenibilidad. Seewöster reiteró la idea de Griefahn de que la gente no compra productos, sino servicios. Animó a las empresas a sumarse a este mercado, con tasas de crecimiento que pueden superar pronto a las ventas de dispositivos nuevos.

Los datos de la gfu

Los consultores Sara Warneke, de gfu, y Martin Schulte, de Oliver Wyman, arrojaron una serie de datos sobre la perspectiva de los consumidores en circularidad y reciclaje electrónico. En Alemania, Francia y Reino Unido, aproximadamente la mitad de ciudadanos reciclan sus electrodomésticos y aparatos electrónicos. Los alemanes son los que más conocen las opciones disponibles: el 82% son conscientes de los programas públicos de recogida, y el 60%, de la recogida en las tiendas de electrónica. Sin embargo, en Reino Unido un 58% conoce las opciones municipales, y sólo el 26% son conscientes de la recogida en tiendas.

Inteligencia Artificial: ¿aliada o enemiga?

La IFA 2023 tratará también las últimas innovaciones tecnológicas, especialmente en cuanto a inteligencia artificial y experiencias inmersivas, que fueron protagonistas de otras intervenciones en la conferencia de la feria. El artista experimental **Harry Jeff**, conocido como Reeps100, junto a la CEO de LabTwin, **Magdalena Paluch**, y al investigador en el German Center for AI, **Paul Lukowicz**, conversaron sobre las aplicaciones de la IA y su posición como aliada o enemiga del sector.

Concretamente, Jeff apuntó que inteligencia artificial es “un término ya demasiado general”, que no especifica entre sus múltiples posibilidades y aplicaciones.

www.ifa-berlin.com



De izq. a derecha: el moderador Patrice Bouédibéla, el artista experimental Reeps100; el investigador del German Center for AI, Paul Lukowicz y la CEO de LabTwin, Magdalena Paluch.

Computex dibuja el futuro de la IA y el 5G

La reciente edición de Computex, celebrada del 30 de mayo al 2 de junio en Taipei (Taiwán), ha girado en torno a las últimas tendencias tecnológicas: computación de alto rendimiento, aplicación de inteligencia artificial, conectividad de próxima generación, hiperrealidad, innovaciones y Startups y sostenibilidad.

■ Computex celebró una nueva edición entre los días 30 de mayo al 2 de junio en los pabellones 1 y 2 del Taipei Nangang Exhibition Center de Taiwán. La convocatoria representó la primera exposición física tras la pandemia y logró atraer a 47.594 profesionales procedentes de 150 países (un 12% más que en 2019). Los visitantes acudieron principalmente desde Japón, Estados Unidos, Corea, China, Tailandia, Hong Kong, Vietnam, India, Filipinas e Indonesia.

Bajo el lema “Juntos creamos”, Computex reunió al ecosistema tecnológico global, contando tanto con empresas tecnológicas líderes como con nuevas y prometedoras compañías orientadas a promover una vida tecnológica inteligente. Todas ellas pusieron su conocimiento y experiencia al servicio del salón, que abordó el potencial de la informática de alto rendimiento (high-performance), la Inteligencia Artificial y la tecnología 5G.

El potencial de la IA

Según las previsiones de Research and Markets, el mercado mundial de la informática de alto rendimiento impulsada por IA alcanzará los 37.400 millones de dólares en 2028. Consciente de esta realidad, Computex presentó una edición estrechamente vinculada a la Inteligencia Artificial que contó con las intervenciones de NVIDIA, Qualcomm, NXP, Acer, Supermicro y Arm.



InnoVEX

Por su parte, InnoVEX, la plataforma global de startup matching celebrada paralelamente a Computex, reunió a casi 400 equipos de 22 países. Uno de los momentos clave de este evento fue el nombramiento del ganador del Pitch Contest InnoVEX 2023. El primer premio recayó sobre Blu-mind, una deep-tech startup canadiense que propuso una interesante arquitectura de semiconductores analógicos.

La próxima edición del salón está programada para los días 04-07 de junio de 2024 y girará en torno a la creación de un ecosistema tecnológico inteligente, innovador y sostenible.

www.computextaipei.com.tw

C&R 2023: del 14 al 17 de noviembre en Madrid

Climatización y Refrigeración (C&R), la cita comercial más importante de los sectores de aire acondicionado, calefacción, ventilación y frío industrial y comercial, muestra el avance de una industria marcada por su capacidad de innovación tecnológica y su compromiso con la sostenibilidad y la eficiencia energética.

■ C&R 2023, el Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración organizado por IFEMA, se celebrará del 14 al 17 de noviembre en Madrid. C&R volverá a convertirse en el gran referente internacional de las instalaciones térmicas, con la participación de las empresas y marcas líderes de los sectores de aire acondicionado, climatización, ventilación, frío industrial y comercial, calefacción y fontanería, que ofrecerán el más completo escaparate de novedades, tendencias y líneas de avance de esta industria.

Nuevas fechas

Tras consultar a las entidades del Comité Organizador y a las empresas participantes en las últimas ediciones de C&R, la próxima edición del Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración se celebrará del 14 al 17 de noviembre de 2023. Las nuevas fechas, que ya fueron testadas en la convocatoria 2021 (que se saldó con la visita de más de 34.000 profesionales y la oferta de más de 300 empresas), sitúan la convocatoria en una buena posición respecto del calendario internacional de eventos del sector.

Excelentes perspectivas de participación

En un momento clave de recuperación del mercado y en coincidencia con la celebración del 20 aniversario de la feria, todas las expectativas apuntan a que esta será una



edición altamente representativa, reafirmando su posición como el principal punto de encuentro para toda la cadena de valor de esta industria.

Así lo revela el excelente ritmo de contratación registrado hasta el pasado día 01 de junio, que se cifraba en 245 empresas expositoras directas y una ocupación de 22.160 m². Estas cifras representan incrementos del 23,12% y del 42%, respectivamente, en comparación con las de 2021.

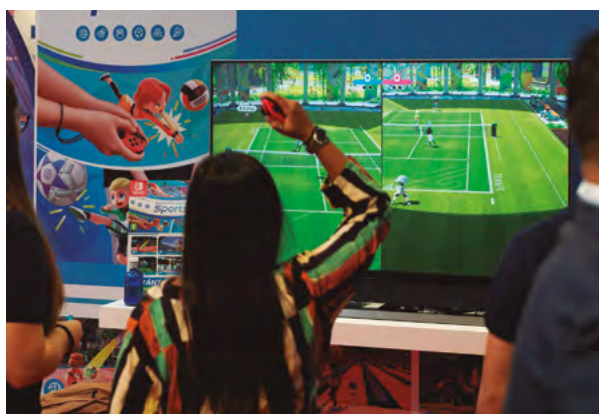
Foro C&R 2023

Algunos de los temas que se abordarán en las sesiones del Foro C&R 2023 serán: implicaciones de la adopción de nuevos refrigerantes, rehabilitación energética, edificios de cero emisiones, soluciones para la distribución alimentaria, y CAEs. Además, como en cada edición, la Galería de Innovación se hará eco de las principales novedades y el I+D+i sectorial.

www.ifema.es/cr

El **Symposium** de Ingram **Micro** estrena ubicación

El mayor encuentro entre clientes y partners de Ingram Micro celebrará su 20ª edición el próximo día 10 de octubre en un nuevo emplazamiento que ofrecerá grandes posibilidades: el pabellón 2.1 de Fira Gran Vía Barcelona.



■ La 20ª edición del Symposium de Ingram Micro, tradicionalmente celebrado en la Cúpula de las Arenas (Barcelona), ha decidido cambiar de escenario y apostar por el pabellón 2.1 de Fira Gran Vía. Este nuevo espacio cuenta con más de 4.500 metros cuadrados, casi el doble que la anterior ubicación, una superficie que permitirá optimizar la distribución de la zona de exposición.

“La nueva ubicación es uno de los recintos feriales más grandes y modernos. Creemos que es perfecta para celebrar el 20º Symposium de Ingram Micro, que queremos que sea una ocasión muy especial para todos”, explicó Jaume Soler, director general de Ingram Micro. A lo que añadió: “el cambio de lugar será un salto de calidad y una oportunidad para evolucionar nuestro Symposium en Barcelona. Creemos que vamos a poder organizar un evento a la altura de las expectativas de nuestros partners y clientes”.

Encuentro entre clientes y partners

La compañía espera reunir a más de 2.500 profesionales del Canal y 100 expositores que presentarán los últimos avances en tecnología y dispositivos.

Como cada año, el Symposium incluirá un almuerzo para los asistentes, siendo este una gran oportunidad para hacer networking. Además, al coincidir con el vigésimo aniversario del acontecimiento, Ingram Micro ya ha adelantado que el Symposium 2023 llegará cargado de “sorpresas”, aunque todavía no ha dado más información al respecto.

Así lo anunció Josep Hilari, Director de Marketing e Innovación Digital de Ingram Micro: “será un evento muy especial, porque cumple 20 años como un referente global del canal. Estamos muy emocionados y vamos a preparar algo que va a sorprender”.

El Symposium de Ingram Micro será, una vez más, una gran oportunidad de entrar en contacto con empresas y proveedores del sector IT, quienes presentarán las últimas novedades en Cloud, Core Business, gestión de datos o ciberseguridad.

es.ingrammicro.eu/symposium



Remington, en Cosmetik Market

Remington participó en el evento de cosmética y belleza, Cosmetik Market, celebrado el pasado 4 de julio en la Casa Fortuny de Madrid. Remington contó con un stand en el que dio a conocer su colección Botanicals de una manera práctica y original. Y es que el peluquero Rodrigo Galo peinaba a las asistentes con los productos de la colección a la vez que los explicaba. La colección Botanicals, en tonos verdes y con ingredientes naturales, incluye secador, cepillo de aire, plancha y rizador.



Representaciones Sanjurjo celebra la 2ª edición de Xponex

Representaciones Sanjurjo celebró el pasado 1 de junio la segunda edición de su feria Xponex, para presentar las últimas incorporaciones a su catálogo para la campaña de fin de curso y verano 2023, esta vez en Oviedo (Asturias). Entre marcas, fabricantes y clientes asistieron más de 80 personas, con la presencia de más de 30 tiendas representadas. La feria incluyó una exposición de producto de 23 marcas.



Whirlpool vuelve a GastroCanarias 2023

Whirlpool renovó un año más su colaboración como proveedor oficial de electrodomésticos en el Salón GastroCanarias 2023, punto de encuentro para profesionales de la gastronomía, hostelería y restauración en las islas. Este año se celebró la octava edición, del 23 al 25 de mayo, en el Recinto Ferial de Tenerife. La compañía, colaboradora oficial del salón desde su primera edición, proporcionó 30 electrodomésticos de cocción para esta edición.



EI DES 2023, en Málaga

Málaga acogió una nueva edición del Digital Enterprise Show DES 2023, del 13 al 15 de junio. El evento analizó temas como la omnicanalidad y la experiencia phygital en el sector del retail. El e-commerce, la distribución y la logística evolucionan a pasos agigantados como consecuencia de la digitalización y las últimas tecnologías. Los avances apuntan a un gran paso en la experiencia phygital, es decir, la combinación entre el entorno físico y digital, donde las barreras entre ambos entornos quedan diluidas.



MCR Gaming Experience Day 2023

Más de 200 personas, entre clientes y fabricantes, participaron en el evento profesional MCR Gaming Experience Day, organizado por el mayorista MCR a mediados de junio en el Teatro Goya de Madrid. En el evento se entregaron los premios a los "Mejores Productos Gaming 2023" al procesador Intel Core i9-13900K 13ª Generación; a ElGato Stream Deck+; al monitor Asus PG27AQDM; al teclado Razer Huntsman Mini y al portátil MSI Titan GT77HX 13VI-006ES.

Julio 2023**10/13****Electrolarshow**

Feria latinoamericana de productos electrónicos.
Sao Paulo (Brasil)
<https://eletrolarshow.com.br/pt/>

11/13**Global Gaming Expo Asia**

Feria internacional de videojuegos.
Macao (China)
<https://www.g2easia.com/>

11/13**Electronica China**

Feria internacional de electrónica.
Shanghai (China)
<https://www.electronicachina.com.cn/en-us/>

14/16**Vibrant India**

Feria de electrodomésticos.
Nueva Delhi (India)
<https://vibrantindiafair.com/>

17/19**Electronics Home**

Feria de electrodomésticos y electrónica de consumo.
Buenos Aires (Argentina)
<https://electronicshomeargentina.com/>

17/19**IEEE ICCE-TW**

Conferencia Internacional de electrónica de consumo.
Pingtung (Taiwán)
<http://www.icce-tw.org/>

19/21**Vietnam International Electronics & Smart Appliances Expo**

Feria internacional de productos electrónicos y electrodomésticos inteligentes
Ho Chi Minh (Vietnam)
<https://ieae.com.vn/en/>

Agosto 2023**04-06****Personal Care Expo**

Feria de cuidado personal.
Shanghai (China)
<http://www.spexpo.com/eng/>

09-12**WOCEE**

Feria de electrónica de consumo.
Manila (Filipinas)
<https://wocee.ph/>

17-19**KITAS**

Feria de dispositivos inteligentes de Corea.
Seúl (Corea del Sur)
<http://www.kitas.kr/web/eng/main/>

24-26**Gadgets & Electronic Appliances**

Feria de electrodomésticos y dispositivos electrónicos.
Mumbai (India)
<https://www.indiabig7.com/>

29-31**Shanghai Smart Home Technology**

Feria de tecnología para el hogar inteligente.
Shanghai (China)
<https://shanghai-smart-home-technology.hk.messefrankfurt.com/shanghai/en.html>

Septiembre 2023**01-05****IFA**

Feria internacional de electrónica de consumo y electrodomésticos.
Berlin (Alemania)
www.ifa-berlin.com

04-06**China International Beauty Expo**

Feria internacional de belleza.
Guangzhou (China)
www.chinainternationalbeauty.com

20-24**GITEX Shopper**

Feria internacional de electrónica.
Dubai (EAU)
<https://www.gitexshopperdubai.com/>

22-24**Gaming Istanbul**

Feria internacional de videojuegos y ocio digital.
Estambul (Turquía)
<https://www.gamingistanbul.com/en>

Octubre 2023**11-14****Global Sources Consumer Electronics**

Feria de proveedores de componentes para electrónica de consumo.
Hong Kong (China)
<https://www.globalsources.com/trade-fair/hongkongshow/ce>

09-12**Global Gaming Expo**

Feria de videojuegos.
Las Vegas (EE.UU.)
<https://www.globalgamingexpo.com/en-us.html>

13-16**HKTDC**

Feria de electrónica de consumo de Hong Kong.
Hong Kong (China)
<https://www.hktdc.com/event/hkelectronicfairae/en>

13-16**Electronic Asia**

Feria de electrónica.
Hong Kong (China)
<https://www.hktdc.com/event/electronicasia/en>

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.



SOMOS AGENTES DIGITALIZADORES

HASTA
12.000€
PARA TU NEGOCIO

PÁGINAS WEB
TIENDAS ONLINE
REDES SOCIALES
GOOGLE ADWORDS

SOGO®

Human Technology



www.sogo.es
www.sogostore.es

Freidoras de aire

Cocina saludablemente
sin renunciar al sabor

99%
Menos de grasa



SS-10875

8L



SS-10845

9L



SS-10815

5.5L



SS-10870

4.5L

