

sonitrón

448 / Primer trimestre 2024

sonitron.net

La UE fomenta la **reparación** de electrodomésticos

¿Efectivo o tarjeta? Nuevas tendencias de pago en 2024

La **aeroterminia** sigue creciendo y muestra todo su potencial

La **IA** y el **5G** marcan la tendencia en telefonía móvil



Este invierno no te la juegues

Ahórrate el invierno por menos de **1€** al día



Daikin es Aeroterminia

Los equipos de climatización Daikin te ofrecen la temperatura ideal tanto en invierno como en verano y consumen mucho menos de lo que piensas. Apuesta ahora por la Aeroterminia de Daikin y ahórrate el invierno.

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

www.daikin.es



www.sogostore.es
www.sogo.es

SOGO®

Human Technology

99%

Menos de grasa



NUEVAS FREIDORAS DE AIRE

COCINA SALUDABLE,
RESULTADOS IRRESISTIBLES



FREIDORA DE AIRE
DIGI FRYER
PRO 1700

SS-10890

1700W

6L



FREIDORA DE AIRE
CON CESTA FREIDORA XXL
DIGI FRYER flexiDUO

SS-10895

2600W

10.5L



360°

TECNOLOGÍA DE
CIRCULACIÓN
DE AIRE



CESTA DE FREÍR EXTRAÍBLE
Y DESMONTABLE.
PINZAS INCLUIDAS



SEPARADOR MÓVIL,
PARA COCINAR 1 O 2
PLATOS A LA VEZ



FUNCIONES INTELIGENTES:
SMART FINISH Y
SMART COOK





448



:DGM

Dirección editorial
 direccion@doriagm.com

Dirección publicidad
 Luisa Perales • l.perales@doriagm.com

Redactor jefe
 Javier Gómez • javier.gomez@doriagm.com

Redacción
 Lola Catalan • lola.catalan@doriagm.com
 Pau Hernández • pau.hernandez@doriagm.com

Dirección arte / diseño
 Xavier Lanzas • xavi@doriagm.com

Impresión Andalusí Gráficas
 D.L.: B-33-762-67

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

sonitrón.net
 sonitrón@sonitrón.net



- **4 EDITORIAL**
 El reciclado inteligente
- **6 ON / OFF**
- **8 CURIOSIDADES**
- **ACTUALIDAD**
- 10** Shark Ninja revela sus nuevos productos para EMEA
- 12** Llega el primer Fórum FECE
- 13** MediaMarkt España creció un 3% en 2023
- 14** La UE fomenta la reparación de electrodomésticos
- 15** La gama blanca cerró 2023 en negativo
- 16** Entrevistamos a Damian Woodward, Managing Director EMEA de Sharkninja
- 19** Logitech sorprende con su webcam más avanzada, la MX Brio

- 20** Entrevistamos a Jordi Nebot, CEO y cofundador de PaynoPain
- 24** ¿Efectivo o tarjeta?
- Nuevas tendencias de pago en 2024
- 30** Breves
- **PRODUCTO**
- 32** La aerotermia sigue creciendo y muestra todo su potencial
- 42** La IA y el 5G marcan la tendencia en telefonía móvil
- **FERIAS**
- 48** Más de 135.000 visitantes en CES 2024, centrado en la IA
- 52** La feria IFA de Berlín celebra su centenario este 2024
- 54** Breves
- **56 CALENDARIO**
- **57 LAS MARCAS MÁS BUSCADAS**



El reciclado inteligente

La expresión de reciclado inteligente debería de ser algo redundante, ya que reciclar es, en sí mismo, una de las acciones más inteligentes que podamos realizar los seres humanos y no hace falta explicar por qué. Ahora esta denominación define la iniciativa puesta en marcha por diversos Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAPs) y consiste en un contenedor especial para facilitar y concienciar sobre la recogida de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEEs).

Este original y avanzado contenedor incluye una pantalla informativa de 50 pulgadas, que sirve para aleccionar y facilitar información a los ciudadanos, además de varias bocas señalizadas por tipo de residuo (bombillas, pilas, aparatos electrónicos, cartuchos de tinta...) por donde introducir los residuos correspondientes. Estos orificios son configurables dependiendo de cada establecimiento. En este sentido, están pensados para hipermercados, supermercados y tiendas de electrónica.

Asimismo, el contenedor dispone de conectividad para el control y seguimiento remoto del nivel de llenado o para el bloqueo de acceso cuando esté repleto. Igualmente, el dispositivo ofrece estadísticas e informes sobre el peso de los residuos y sobre posibles incidencias.

Nos parece una solución muy interesante para facilitar la recogida de RAEEs en los puntos de venta electro ya que, no olvidemos que la visibilidad de esta necesidad es fundamental para su impulso.

taurus



EL SECRETO ESTÁ EN EL AIRE

NUEVA AIR FRY DIGITAL 360

DOBLE RESISTENCIA, ARRIBA Y ABAJO PARA FREÍR A 360°
FRÍE MÁS UNIFORMEMENTE Y EN LA MITAD DE TIEMPO



AIR SYSTEM TECH

99%

MENOS GRASA

ON 

El fabricante turco de electrodomésticos Arçelik, propietario de las marcas Beko y Grundig, ha recibido por cuarto año consecutivo el reconocimiento Global 100 Index de Corporate Knights, que lo sitúa entre las empresas más sostenibles del mundo. En concreto, Arçelik ocupa el puesto 60 del índice, y es la primera compañía de la industria de bienes duraderos para el hogar.

El Global 100 Index de 2024, en su vigésima edición, destaca las 100 empresas más sostenibles del mundo, seleccionando aquellas que demuestran un sólido desempeño en aspectos medioambientales, sociales y gubernamentales (ESG). Para Arçelik, este reconocimiento refleja su compromiso "con la sostenibilidad y su inversión tecnológica sostenida durante el último año". Asimismo consideran que "este logro pone en valor el compromiso inquebrantable de la compañía con el medio ambiente y el esfuerzo por dejar un impacto positivo en el mundo".

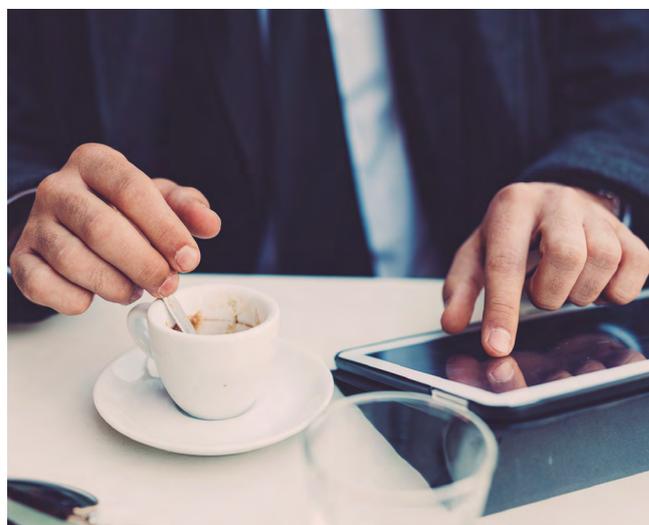
Además, entre los objetivos de sostenibilidad de Arçelik para 2030 figuran la reducción del consumo de agua por producto en un 45%, el aumento de la proporción de reciclados, la reutilización del agua en un 70% y el incremento de la proporción de plástico reciclado en los productos en un 40%.

En esta línea, la empresa se propone invertir un mínimo de 50 millones de dólares en proyectos de eficiencia energética y energías renovables, así como emplear electricidad 100% verde en todas las fábricas que tiene repartidas por el mundo.

Las ventas mundiales de tablets cayeron un 20,5% en 2023 respecto al año anterior, con un total de 128,5 millones de unidades, según los datos de la consultora IDC. Se trata del volumen anual de ventas más bajo desde el año 2011.

Asimismo, en el último trimestre de 2023, las ventas globales de tablets bajaron un 17,4% en comparación con el mismo periodo de 2022, hasta los 36,8 millones de unidades. Apple logró mantener el primer puesto en el mercado de tablets, a pesar de sufrir un descenso notable de las ventas tanto en el cuarto trimestre de 2023 (-29,3%) como en el conjunto del año (-19,8%). Pese a que este hecho causó cierta erosión en la cuota de mercado de Apple en el cuarto trimestre de 2023, su cuota en todo el año se mantuvo estable en más del 37% del mercado.

Por otro lado, Samsung ocupó el segundo lugar entre las compañías con mayores cifras de ventas de tablets, obteniendo resultados algo mejores que Apple y pocos cambios en su cuota de mercado, tanto en el último trimestre de 2023 como en el año en general. En cambio, Xiaomi y Huawei experimentaron un crecimiento sólido en el cuarto trimestre del año, con un 35% y un 21,2% respectivamente. El marketing agresivo de Xiaomi y su creciente presencia en todo el mundo le ayudaron a desplazar a Amazon del top 5 en el cuarto trimestre de 2023, mientras que Huawei registró los mejores resultados entre las 5 principales compañías de venta de tablets, con un descenso interanual de las ventas de solo el 4%.

Off 

La Aeroterminia que te entiende



■ Aeroterminia **HTW**

El sistema de aeroterminia Eco-Thermal de **HTW** utiliza la energía contenida en el aire exterior, como fuente de energía renovable y gratuita. Proporciona calefacción, refrigeración y agua caliente sanitaria durante todo el año. Es un sistema, de alta eficiencia, ya que, el 78% de la energía que necesita para operar se extrae del aire, es compatible con placas solares y no genera humos, residuos, ni emisiones de CO₂.



**Acumuladores
aerotérmicos**

100L a 500L
Compatible con placas
solares según modelo



**Ecothermal
Monoblock**

De 4kW a 30kW



**Ecothermal
Biblock**

De 4kW a 16kW



**Ecothermal
Biblock integrado**

De 4kW a 16kW





Rikki, el anillo inteligente <https://rikki.io>

Rikki es un novedoso anillo inteligente que permite pagar las compras sin tarjeta. Fabricado con cerámica hipoalergénica de alta calidad, incluye en su interior un chip NFC de seguridad bancaria, certificado por Visa y MasterCard, que se vincula a una o más tarjetas. No necesita recarga de batería, es completamente seguro, resistente al agua y para efectuar el pago basta un simple gesto. Está disponible en varios colores y su precio oscila entre los 110 y los 150 euros.

Skyted Mask <https://skyted.io/>

Skyted Mask está equipada con lo mejor en tecnología de cancelación de ruido. Así, captura y anula el ruido ambiente, gracias a numerosos micrófonos diminutos situados en la máscara. Cuando un sonido impacta en uno de estos micrófonos, se cancela antes de que llegue a los oídos. De este modo, permite concentrarse en actividades como el gaming, o disfrutar de la tranquilidad.



PressTech <https://skinivity.com/>

El e-commerce español SKINVITY presenta PressTech, su dispositivo propio de revitalización corporal a través de la presión de aire, diseñado para mejorar la circulación sanguínea y linfática, reducir la retención de líquidos y aliviar piernas cansadas e hinchadas. Con cuatro modos de compresión, es también un gran aliado para combatir el estrés, potenciando el bienestar integral. Su PVP es de 859 euros.



Cargador inalámbrico Poso

<https://francoeccel.com/home-tech/>

Poso es la colección de cargadores inalámbricos Qi de Himacs, creados por el diseñador italiano Franco Eccel, que permite cargar la batería del smartphone de manera sencilla e inmediata. El cargador está fabricado en Himacs, una piedra acrílica resistente al desgaste, al agua y al fuego, con unos elevados niveles de higiene. Poso está disponible en tres modelos: Poso, Poso Solo y Poso Art. El primero incluye una práctica bandeja lateral, a modo de vaciabolsillos (en la imagen). Poso Solo, una versión reducida, está disponible en vibrantes colores como el amarillo, naranja, rojo y azul. Por último, Poso Art se inspira en las obras de Piet Mondrian. Su precio oscila entre 85 y 140€.

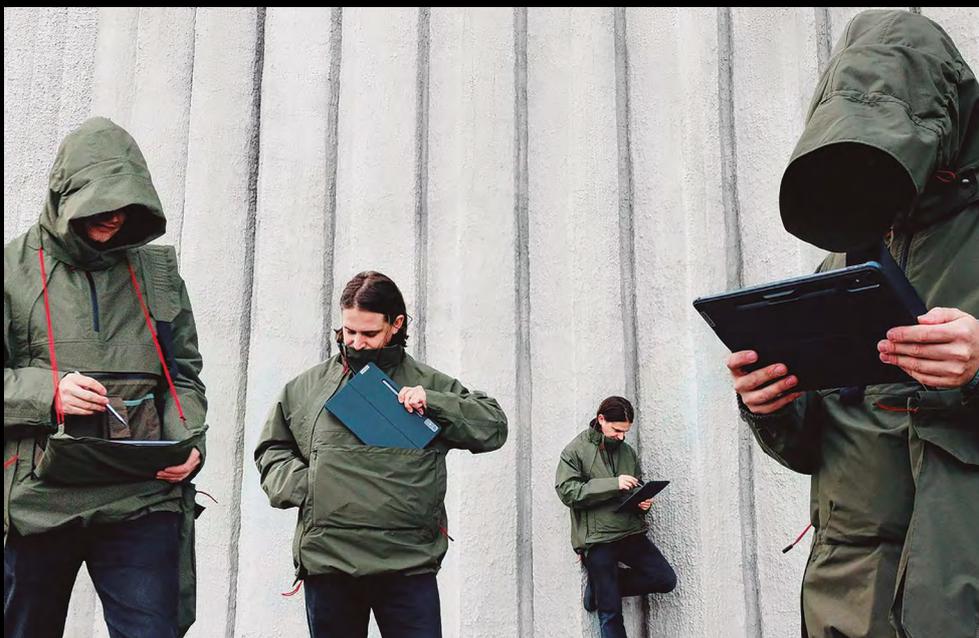
Horno pizzero Delizia www.g3ferrari.eu

G3Ferrari, multinacional italiana de PAE, presenta en España, de la mano de Fenix Entertainment Corp., su horno para pizzas Delizia. Este horno de carcasa para pizzas gracias a su cocción a muy alta temperatura (400°), permite obtener una pizza perfecta en sólo cinco minutos. El horno destaca por su ligereza (pesa menos de 6 kg), su tamaño compacto, y por su doble resistencia de acero colocada en la parte superior y debajo de la piedra refractaria de sólo 1.200W, menos que un secador de pelo.



Ropa con tablet incorporada www.lenovo.com

De la colaboración con los diseñadores de ropa RANRA, Kit Wan Studios y Maium nace la colección Lenovo Tab Wear, una innovadora, funcional y moderna colección de prendas que incorporan una tablet Lenovo en su diseño, con un claro enfoque al tiempo de ocio.



El hotel Meliá Palma, de Palma de Mallorca, acogió los pasados 1 y 2 de febrero el primer foro EMEA de Shark Ninja, con la presentación oficial de los 20 nuevos productos que lanzará a lo largo de la primera mitad de 2024 en dicha región

Shark Ninja revela sus nuevos productos para EMEA

SharkNinja, compañía estadounidense de diseño de productos y tecnología, celebró los pasados 1 y 2 de febrero, en el hotel Meliá Palma Marina de Palma de Mallorca, su primer **Foro EMEA**, donde presentó los próximos electrodomésticos que llevará a EMEA (Europa, Oriente Medio y África), dentro de su estrategia de expansión en esta región.

En total, en el año 2024 SharkNinja lanzará 20 nuevos **productos** en los mercados de EMEA, repartidos en sus cuatro divisiones de negocio: Shark Clean, Shark Beauty, Ninja Kitchen y Ninja Outdoor.

Desde **refrigeradores** de exterior y neveras portátiles, pasando por ventiladores, purificadores de aire, freidoras de aire, aspiradores, mopas, robots de limpieza, hasta barbacoas eléctricas, heladeras y batidoras.

El objetivo de la empresa es incrementar significativamente su **presencia** en EMEA. En el tercer trimestre de 2023, logró aumentar sus ventas en un 80% en dicha región, y prevé aumentar notablemente su cuota de mercado a medio plazo.

Asimismo, según la compañía, la clave de su crecimiento reside tanto en la **calidad** como en la innovación que presentan sus productos.

El Foro EMEA

El acto de **presentación** de las novedades contó con la participación de Neil Shah, Global Chief Commercial Officer de SharkNinja;



Shark Ninja descubrió en febrero su estrategia de expansión en la región de EMEA, con el lanzamiento de **productos cada vez más innovadores y nuevas categorías** dentro de sus cuatro divisiones de negocio: Shark Clean, Shark Beauty, Ninja Kitchen y Ninja Outdoor.

Tom Brown, presidente de la compañía para EMEA; Warren Saunders, Global President, Tech and Durable de NIQ GFK; y Lana Sanleandro, Chief Marketing Officer de SharkNinja.

Además, los **asistentes** al evento, procedentes de toda Europa, tuvieron la oportunidad de ver y probar de primera mano cada uno de los nuevos productos presentados.



Primer Foro EMEA de Shark Ninja.

Estrategia en EMEA

En cuanto a la estrategia de Shark Ninja en los mercados de EMEA, Neil Shah detalló que se basa en crear demanda y en satisfacer la demanda. Por un lado, creará la demanda a través de la televisión, las redes sociales, la prensa, los influencers, los afiliados y las promociones, mientras que satisfará la demanda de los consumidores mediante distribución en tiendas físicas, retail online y D2C.

“Europa y Oriente Medio son algunos de los mercados más interesantes del mundo. Estamos observando una fuerte demanda y crecimiento, pero no hemos hecho más que empezar. Las nuevas categorías y productos que lanzamos impulsarán nuestro crecimiento, para lo que tenemos previsto seguir invirtiendo y desarrollando nuestro negocio en EMEA en 2024 y más allá”, apuntó Tom Brown.

Las novedades de Shark

En lo que atañe a la marca **Shark**, contará con 7 nuevos electrodomésticos en EMEA. Por un lado, la gama Shark Clean incorporará el robot de limpieza Shark Matrix Robot; el limpiador de manchas ligero Shark StainStriker Pet Stain & Spot Cleaner; el limpiador para suelos duros tres en uno Shark HydroVac, que aspira, pasa la mopa y se autolimpia; y la nueva mopa Shark Steam & Scrub, con tecnología Steam Blaster.

Además, la compañía estadounidense innovará con el nuevo ventilador Shark FlexBreeze Fan y los **purificadores** de aire Shark NerverChange Air Purifier y Air Purifier Max.

En cuanto a Shark Beauty, este 2024 la empresa sacará en EMEA el **peine** térmico y cepillo secador Shark SmoothStyle.



Shark Flexbreeze Fan.

Las novedades de Ninja

En cambio, la marca Ninja tendrá 13 nuevos productos. Para empezar, la línea Ninja Outdoor crecerá con la incorporación de las **neveras** portátiles Ninja FrostVault Cooler; las barbacoas

eléctricas con ahumador Ninja Woodfire Electric BBQ Grill & Smoker y Ninja Woodfire Pro Connect XL Electric BBQ Grill & Smoker; el horno eléctrico de exterior Ninja Woodfire Electric Outdoor Oven; y el Ninja ProChef Connected Thermometer, un dispositivo inteligente diseñado para facilitar la experiencia culinaria y ofrecer los mejores resultados.

Por su parte, la gama Ninja Kitchen incluirá en 2024 la Ninja Creami Deluxe Ice Cream & Frozen Drink Maker, un nuevo modelo de heladera con cuatro **funciones**.

También, saldrán las nuevas **freidoras** de aire con doble cajón Double Stack Air Fryers y la nueva serie Ninja Ceramic Cookware, con modelos que contarán con una capa antiadherente de larga duración.

Del mismo modo, llegarán la **batidora** Ninja Detect Duo Power Blender Pro, la máquina de bebidas Ninja Thirsty y la olla rápida Ninja Combi Multi-Cooker, Oven & Air Fryer.

www.sharkninja.com



Ninja Pro Connect XL.

Se trata del primer gran evento sectorial de este tipo organizado por la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE)

Llega el primer Fórum FECE



El próximo 21 de marzo tendrá lugar el primer Fórum FECE, en el estadio Santiago Bernabéu de Madrid. El evento, primero de estas características que celebre la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos, contaba a un mes y medio vista con "alrededor de un centenar de inscritos y buenas perspectivas", según confirmó a SONITRÓN el secretario general de la organización, Alfredo Gosálvez.

La cita, que reunirá a los profesionales del sector y a las principales autoridades del país relacionadas con el comercio, pretende dar a conocer la propuesta de valor del sector, rompiendo las barreras del actual contexto de desaceleración del mercado, y continuar avanzando en la profesionalización a la que ya tiende el sector, apostando por la innovación en el comercio de proximidad.

Para ello, entre los contenidos de esta I edición del Fórum FECE, figuran conferencias, debates y una entrega de premios. En la inauguración del evento estarán Diego Giménez, presidente de FECE; Antonio Garamendi, presidente de CEOE; Isabel Díaz Ayuso, presidenta de la Comunidad de Madrid; y, aún sin confirmar, Carlos Cuerpo, ministro de Economía, Comercio y Empresa.

Programa

Asimismo, tras el acto inaugural, arrancará un encuentro con la presidenta de la CNMC, Cani Fernández, bajo el título "Potenciar el comercio de proximidad en libre competencia y libre mercado. La competencia en el canal". Seguidamente habrá un debate sobre experiencias en el comercio internacional que podrían funcionar

bien en España, moderado por José María Verdeguer, presidente de honor de Fórum FECE. En el mismo participarán Hans Carpels, presidente en Euronics Internacional; Jens Stromnes, director general en Expert Internacional; y Juan Ignacio Zoido, eurodiputado y exministro Asimismo, Alberto Ruiz Gallardón, expresidente de la Comunidad de Madrid, y Joaquín Almunia, exvicepresidente del Gobierno de España, analizarán la situación económica y política del país, y en especial del sector electro.

Además, la mesa redonda "La sostenibilidad es rentable" tratará la gestión de la sostenibilidad en el comercio de electrodomésticos. Estará moderada por Luis Moreno, director general de la fundación ECOLEC, e intervendrán Manuel Royo, director de Marketing de Beko; José Pérez, consejero delegado en Recyclia; y Macarena Gutiérrez, directora de Atlantic Copper.

Por otra parte, en la sesión "El futuro de la distribución", moderada por el director general de Cemevisa, Carlos Gómez, se discutirán los retos del canal electro. Participarán José Escoda, gerente de Segesa; Carlos Moreno-Figueroa, Director General de Sinersis; Fernando Gil, director general de BSH Electrodomésticos España; Jaime de Jaráiz, presidente y CEO de LG Electronics Iberia; y José Manuel Fernández, presidente de Acema.

La inteligencia artificial y el metaverso en el sector electro será el tema de la última sesión antes de la entrega de premios FECE al Comercio más Innovador, Comercio más Sostenible, Comercio Familiar, Mejor Comercio Rural y Mejor Comercio Urbano.

www.fece.org

El año pasado, la filial española de MediaMarkt fue la que más facturó, con 2.300 millones de euros y solo superada por Alemania, gracias a su apuesta por un retail más experiencial

MediaMarkt España creció un 3% en 2023

Tras 25 años de actividad en España, MediaMarkt avanza para transformar su modelo de negocio con el foco puesto en la omnicanalidad y en seguir ampliando sus servicios y soluciones para conectar con los clientes. En palabras de Faruk Kocabas, CEO de MediaMarkt España, la cadena busca crear experiencias tecnológicas que enriquezcan la vida de las personas

Las cifras de 2023

En el ejercicio fiscal 2022/2023 MediaMarkt España facturó 2.333 millones de euros, un 3% más que en 2022. Destaca el incremento en más de un 10% de sus ventas en la web/app en los últimos meses del año. Además, las compras a través de su app crecieron un 78%.

MediaMarkt España cerró el pasado ejercicio con 111 tiendas, con presencia en todas las comunidades autónomas y una superficie comercial de 250.000 m². Su oferta incluye más de 25.000 referencias entre sus tiendas físicas y el canal online. En 2024 se abrirán tres nuevos establecimientos en Adeje (Tenerife), Burgos y Gijón (Asturias) y se remodelarán más de 11 tiendas para adaptarlas a las nuevas necesidades de los clientes. En cuanto a su plantilla, está compuesta por cerca de 7.000 profesionales que recibieron más de 150.000 horas de formación en 2023.

2024

En línea con la transformación de la compañía, MediaMarkt está trabajando en nuevos proyectos que combinan sostenibilidad e

innovación y que verán la luz este 2024. Ejemplo de ello es su apuesta por el desarrollo tecnológico estableciendo alianzas con líderes en este campo como Google, Microsoft, Accenture, Accesa y Parloa para desarrollar la inteligencia artificial (IA) en toda su estructura y potenciar su transformación digital y la experiencia de compra omnicanal.

El enfoque actual de la compañía es implementar diferentes proyectos basados en la inteligencia artificial para introducir mejoras tanto para sus empleados como para sus clientes. Además, también quieren mejorar sus entregas de última milla con vehículos eléctricos cero emisiones. Actualmente, lo han implementado en 23 ciudades españolas y su objetivo es ampliarlo a ocho más.

Respecto a servicios, MediaMarkt sigue trabajando para ampliar su portfolio y adaptarlo a todas las necesidades tecnológicas. El objetivo es ir más allá de la experiencia de compra, y acompañar a los clientes a lo largo de todo el ciclo de vida de sus productos.

Aquí hay que mencionar el servicio de asesoramiento energético y de tarifas telefónicas, junto a otras propuestas como la de "Tradeln", que ofrece la recompra de dispositivos en desuso para darles una segunda vida.

Igualmente, MediaMarkt es el único retailer que ofrece un servicio postventa 360º y su objetivo es ir más allá. Durante el último ejercicio, llevaron a cabo más de 360.000 reparaciones y, para 2024, la idea es alcanzar las 500.000.

www.mediamaarkt.es

Un acuerdo de las instituciones europeas ampliará la garantía legal de los electrodomésticos y facilitará su reparación, también por parte de actores independientes

La UE fomenta la **reparación** de electrodomésticos

El pasado 1 de febrero, el Parlamento Europeo y el Consejo Europeo alcanzaron un acuerdo para reforzar el derecho de los consumidores a la reparación de sus electrodomésticos. Las nuevas normas establecen las obligaciones de los fabricantes y animan a los consumidores a ampliar el ciclo de vida de sus productos. De este modo, los consumidores se beneficiarán de nuevos derechos que harán más atractivas y sencillas las reparaciones una vez expirada la garantía legal del producto.

Entre las medidas clave del acuerdo se hallan la obligación del fabricante de reparar productos domésticos comunes como lavadoras, aspiradoras y smartphones y el deber de informar a los consumidores sobre esta obligación.

Por otra parte, se establecerán opciones para que los consumidores puedan usar aparatos en préstamo mientras se repara el suyo u opten por un producto reacondicionado. También se garantizará el acceso gratuito en línea a precios indicativos de reparación y se ofrecerá una prórroga adicional de un año de la garantía legal de los productos reparados.

Más medidas

Asimismo, los fabricantes tendrán que facilitar piezas de recambio y herramientas a precio razonable, y se les prohibirá que utilicen cláusulas contractuales o técnicas de hardware o software para obstaculizar las reparaciones. De la misma manera, no podrán impedir el uso de piezas de recambio de segunda mano o impresas en 3D por reparadores independientes.



Igualmente, para facilitar la reparación, se creará una plataforma europea online con secciones nacionales, para que los usuarios puedan encontrar talleres de reparación locales, vendedores de artículos reacondicionados, compradores de artículos defectuosos o iniciativas de reparación.

Por otro lado, se ha acordado que los Estados miembros habrán de introducir al menos una medida para promover la reparación, como vales y fondos de reparación, campañas informativas, cursos de reparación o apoyo a los espacios de reparación, además de una reducción del IVA sobre los servicios de reparación.

Una vez la directiva quede adoptada tanto por el Parlamento como por el Consejo y esté publicada en el Diario Oficial de la UE, los Estados miembros tendrán 24 meses para incorporarla a sus legislaciones nacionales.

<https://www.europarl.europa.eu/portal/en>

Los datos estadísticos de la asociación de fabricantes de electrodomésticos APPLiA relativos al pasado año muestran comportamientos negativos de las ventas de productos de gama blanca tanto en unidades como en valor

La gama blanca cerró 2023 en negativo

El pasado ejercicio 2023 no puede decirse que fuera bueno para los fabricantes de electrodomésticos de línea blanca. Al menos es lo que se desprende de los datos estadísticos hechos públicos por la asociación empresarial sectorial APPLiA en su página web. En este sentido, según dichos datos, las

ventas de electrodomésticos de gama blanca (sell-in) entre enero y diciembre del año pasado registraron un descenso interanual de casi un 5% (-4,96%). Por su parte, si se consideran las ventas según unidades, la caída sufrida en 2023 fue del 7,47%

Comportamiento a lo largo del año

Estos datos están en línea con la tónica que mantuvieron las ventas a lo largo de todo el ejercicio en su comportamiento mensual. Y es que los números rojos estuvieron presentes en la práctica totalidad de meses. Solo en marzo se produjo un crecimiento destacado que hizo que el acumulado del primer trimestre cerrara con un alza del 4,75% en facturación, porque en unidades no hubo meses en positivo. Eso sí, el acumulado hasta marzo mostró la menor caída, del -0,30%. Por lo tanto, podríamos decir que el año,



a juzgar por el comportamiento del primer trimestre, comenzó mejor de lo que terminó, si bien, se aprecia una mejora en los últimos meses del año en comparación con los datos de la primera mitad. Y es que, entre enero y junio las caídas registradas fueron del -5,81% en facturación y del

-9,85% en unidades. Esta ralentización de la caída de las ventas experimentada por el sector de la gama blanca en los últimos meses de 2023 ha tenido continuidad en los comienzos de 2024. En este sentido, los datos de enero de este año indican un descenso del -0,86% en valor y del -4,21% en unidades.

Desde el convencimiento de que no pueden durar tanto los números rojos y con la esperanza puesta en la ansiada llegada de los Planes Renove, como el iniciado recientemente en Galicia, esperamos que el actual 2024 sea mejor. Recordemos que de los últimos tres ejercicios, además de lo visto en 2023, 2022 cerró con un crecimiento del 2,29% en facturación y una bajada del -7,08% en unidades, y que 2021 registró incrementos del 13,99% y del 9,94% en valor y unidades, respectivamente.

www.applia.es

Damian Woodward



**Managing Director EMEA
de SharkNinja**

www.sharkninja.com

SharkNinja ha anunciado el lanzamiento de 20 nuevos productos para la región de EMEA (Europa, Oriente Medio y África) durante la primera mitad de 2024.

SharkNinja, compañía estadounidense de tecnología y diseño de productos, se expande este 2024 en la región de EMEA (Europa, Oriente Medio y África) con el lanzamiento de 20 nuevos productos para sus cuatro categorías de negocio: Shark Clean, Shark Beauty, Ninja Kitchen y Ninja Outdoor.

Por este motivo, la firma norteamericana celebró los pasados 1 y 2 de febrero su primer Foro EMEA en el hotel Meliá Palma Marina de Palma de Mallorca. Allí, Shark Ninja presentó sus novedades y reveló su estrategia de expansión en los mercados de EMEA. Además, los asistentes, procedentes de todos los rincones de Europa, pudieron ver y probar de primera mano los nuevos productos.

Con motivo de nuestra asistencia al primer Foro EMEA, tuvimos la ocasión de conversar con Damian Woodward, Managing Director EMEA de SharkNinja, quien nos dio detalles sobre cuestiones como el precio de los productos de la empresa y el segmento de la población al que van dirigidos, la cuota de mercado que tienen en este momento tanto en Estados Unidos como en EMEA, el peso de la digitalización y la eficiencia energética, la relevancia del mercado español o la distribución en nuestro país, entre otras.

◦ **¿Qué es lo que define a SharkNinja en comparación con la competencia?**

Para empezar, SharkNinja es una máquina de resolver problemas. No lanzamos productos de forma aleatoria, sino que pensamos en qué necesitan los clientes o qué pueden necesitar y ni siquiera saben.

En segundo lugar, tenemos pasión por los consumidores, y aplicamos esta pasión cuando ideamos nuestros productos. Esto significa que durante todo el proceso trabajamos con consumidores, para entender cómo están funcionando los productos, y qué deberíamos cambiar. También, si el producto no consigue una puntuación de por lo menos 4,5 estrellas entre esos consumidores, no lo lanzaremos.

En tercer lugar, se encuentra la velocidad de innovación. Una prueba de ello es la cantidad de productos que llevamos al mercado, con los 20 que hemos anunciado solo para la primera mitad de este año. Tenemos centros de ingeniería en China, Londres y Boston, lo cual significa que estamos trabajando en el siguiente producto las 24 horas al día los 7 días de la semana. Por lo tanto, somos capaces de movernos muy rápido en lo que atañe a lanzar un nuevo producto, y esto conduce a innovación y categorías en expansión.



◦ **¿A qué segmento de la población van dirigidos vuestros productos?**

Tenemos un rango muy amplio. Para Shark Beauty hay uno, igual que para Shark Clean, Shark Ninja, Ninja Outdoor o Ninja Kitchen. Pensamos en el problema que podemos resolver primero, y no en el consumidor como una demografía específica.

◦ **¿En qué posicionamiento de precios se mueven estos productos?**

Nuestra misión es traer productos de gran valor al mercado. De ese modo, una vez tenemos el producto y sabemos cómo resolver el problema, pensamos cuál es el precio adecuado para el consumidor y cuál es la mejor innovación que le podemos ofrecer.

◦ **¿Qué cuota de mercado tenéis en Estados Unidos y cuanto tiempo lleváis allí?**

Llevamos 30 años en Estados Unidos. Shark fue la primera marca, y Ninja llegó a principios de los 2000. En cuanto a nuestra posición general de cuota de mercado, ahora estamos en un periodo de blackout, por lo que no podemos proporcionar información sobre las infraestructuras de negocio. Sin embargo, somos de lejos el líder del mercado en Estados Unidos, y el 70% de nuestro volumen de negocio en general sigue siendo el mercado estadounidense.

◦ **¿Y en EMEA?**

En el Reino Unido, somos la compañía número uno o número dos en cada una de las categorías que tenemos. Por ejemplo, el año pasado la Ninja Outdoor Grill fue el producto número uno de barbacoas en todo el país.

Ha cambiado la percepción de los británicos de las barbacoas de exterior. También, ahora vemos esto mismo en Alemania y en Francia, y por eso tenemos mucha confianza con los lanzamientos que haremos en España.

◦ **¿Cuáles son vuestras gamas estrella en este momento?**

Todas. Sacamos todos los productos con el convencimiento de que serán fantásticos. La premisa con la que trabajamos es que, si no creemos que seremos número uno o dos en ningún mercado, no lanzaremos el producto. Por esto, todo lo que hacemos es importante. Nuestras prioridades son nuestras categorías: Shark Clean, Shark Beauty, Ninja Kitchen y Ninja Outdoor.

◦ **¿En qué medida vuestros productos tienen en cuenta la digitalización y las nuevas tecnologías?**

Un buen ejemplo es la IA, de la que todo el mundo habla. La implementamos en nuevas licuadoras, que usan IA para entender cómo batir. Nunca antes se ha fabricado una licuadora tan inteligente. Entenderá los ingredientes, la densidad y la cantidad que quieres, en función del modo elegido, y ofrecerá el licuado perfecto.

Creo que es una innovación muy novedosa desde una perspectiva de tecnología software. Esto no es nuevo en el mercado, pero es increíblemente costoso. Lo que nosotros hacemos es encontrar una forma de traerla a un precio mucho más asequible. No siempre tiene que tratarse de un concepto nuevo. A veces se trata de entender la innovación actual y cómo hacerla mejor, así como más accesible.

◦ **¿Vuestros productos tienen en cuenta la eficiencia energética?**

La sostenibilidad y la eficiencia energética son claves en la forma en la que diseñamos nuestros productos y en cómo nos planteamos la manera en que los usuarios los utilizan.





River International es el **partner local de SharkNinja en España**, un distribuidor con almacenes propios en Barcelona y especializado en el sector del pequeño electrodoméstico.

Un gran ejemplo de un mercado que ha cambiado la forma en la que las personas piensan sobre la cocina es el de las freidoras de aire. Estos electrodomésticos utilizan hasta un 75% menos de energía al cocinar que un horno, y son más rápidos. De hecho, algunos de los resultados llegan a ser incluso mejores. El ahorro de energía, la reparabilidad y la sostenibilidad son pilares fundamentales a la hora de diseñar nuestros productos.

◦ ¿Qué importancia tiene el mercado español para vosotros?

Estratégicamente, el mercado español es muy importante para nosotros. Estamos en una etapa muy temprana del camino en España en este momento. Es un tamaño de mercado muy grande. En los otros países donde operamos, obtenemos un 10% o 12% de la cuota de mercado bastante rápido, por lo que esperamos ser muy relevantes en España.

La misión es impactar positivamente a los consumidores en cada casa alrededor del mundo, lo cual significa que tenemos que hacer un muy buen trabajo en cada país al que vamos. La pregunta es cómo entendemos el país y cómo impactamos positivamente en la vidas de las personas allí. Hay tres pilares estratégicos sobre los que se sostiene la compañía: abrir nuevas categorías de productos, mejorar las categorías existentes y la expansión geográfica. De este modo, expandirnos a nuevos países es absolutamente crítico para nuestra misión global.

◦ ¿A través de qué canales se comercializarán vuestros productos en España?

Para nosotros, es crítico construir los canales de distribución en España y hacerlos crecer para que nuestros productos lleguen a más personas. Contamos con una página web directa que es muy fuerte en España. También, vendemos a través de canales de distribución online, y el siguiente paso donde pondremos el foco son las tiendas físicas, donde ya tenemos presencia. Nuestros dos retailers principales son El Corte Inglés y MediaMarkt.

◦ ¿Qué respalda a SharkNinja desde el punto de vista logístico en España?

No contamos con almacenes en España, pero sí los tenemos en Europa. Trabajamos de forma muy cercana con el distribuidor local. Es una relación de tres partes, donde el distribuidor es parte de nuestra familia, pero mantiene las relaciones de transacción, mientras nuestro equipo en España apoya el proceso con marketing y gestión de cuentas.

Luego está la parte de fabricación, que es la que lleva a cabo SharkNinja. El partner local es River International, que cuenta con sus propios almacenes en Barcelona. Es un actor muy especializado en el pequeño electrodoméstico, conoce muy bien dicho mercado, y comparte la pasión por la oportunidad de llevar el concepto de SharkNinja a España.

◦ ¿Qué garantías ofrecen vuestros productos a los clientes?

Hay dos aspectos. Uno es la garantía de soporte, que es de un mínimo de dos años en todos sitios. En algunos casos, llega a cinco años, como en las aspiradoras sin cable.

Sin embargo, hay algo aún más importante: nuestros ratios de devoluciones son muy bajos. Nunca he trabajado en una empresa en el negocio electro donde hubiera tan pocas devoluciones. Esto se debe a que, como testamos mucho el producto antes de lanzarlo al mercado, estamos absolutamente convencidos de que va a funcionar, es decir, que la gente va a estar feliz y no lo va a devolver. Vemos la garantía como una forma de dar tranquilidad al cliente. Observamos que los productos se vuelven viejos, pero la gente se los queda y tienen mucha durabilidad.

◦ ¿Estaréis en IFA 2024?

Sí, y será algo muy grande. Lanzaremos todavía más productos. Valdrá la pena.

La nueva cámara web MX Brio de Logitech incluye resolución Ultra HD 4K, un sensor de cámara avanzado y diversas funciones de inteligencia artificial para mejorar la calidad de imagen y corregir luces de forma automática

Logitech sorprende con su webcam más avanzada, **la MX Brio**

Logitech ha lanzado su nueva cámara web MX Brio, la más avanzada que ha presentado hasta la fecha y la primera de la serie MX. De este modo, esta webcam se une al resto de productos del ecosistema Master Series, junto con los teclados y ratones MX.

Además de la MX Brio, la empresa ha presentado la MX Brio 705 for Business, específica para clientes empresariales.

Características de la MX Brio

En concreto, la MX Brio cuenta con una resolución Ultra HD 4K y un avanzado sensor de cámara Sony. Con un 70% más de píxeles que la anterior webcam de alta gama de Logitech, la Brio 4K, ofrece a los usuarios una imagen ultranítida.

Asimismo, emplea la inteligencia artificial (IA) para mejorar la calidad de imagen y corregir luces de forma automática, generando una imagen más natural y una mejor visibilidad del rostro en los vídeos, incluso con mala iluminación, según las pruebas de laboratorio DXOMARK.

Entre las mejoras incluidas en esta cámara web, se encuentran opciones de personalización avanzadas mediante las cuales los usuarios pueden ajustar su apariencia, regulando la exposición, el tinte, la intensidad, el campo de visión y utilizando el software Logi Options+, Logi Tune y G HUB.

Por otro lado, el modo "Mostrar" permite a los usuarios compartir bocetos u otros objetos físicos que se encuentren en sus



La nueva webcam Mx Brio, de Logitech.

escritorios con solo inclinar la webcam, cambiando sus ajustes de imagen para representarlos con mayor nitidez y legibilidad.

También, la MX Brio cuenta con la función de encuadre automático RightSight, que detecta y centra automáticamente al interlocutor incluso cuando se mueve. Este modo se puede activar a través de la aplicación gratuita Logi Tune.

Igualmente, esta nueva webcam está certificada como neutra en carbono, y su embalaje de papel procede de bosques con certificación FSC y otras fuentes controladas. Del mismo modo, las piezas de plástico están recicladas de viejos aparatos electrónicos.

La MX Brio está disponible en color grafito y gris pálido, y se puede adquirir en la página web oficial de Logitech y en otros canales autorizados por un precio de 229 euros.

www.logitech.com

Jordi Nebot



CEO y cofundador de PaynoPain

www.paynopain.com

PaynoPain es una empresa fintech española dedicada a la investigación y el desarrollo tecnológico, especializada en medios de pago. Facilitan y agilizan la gestión financiera con soluciones innovadoras y sencillas. Crean y gestionan pasarelas de pago, monederos electrónicos y soluciones personalizadas para empresas.

El comercio electrónico gana fuerza año tras año, mes a mes. Lo mismo ocurre con los pagos online y las plataformas digitales para enviar y recibir dinero. Cambian también los hábitos de los consumidores en sus compras, especialmente en las transacciones online. Por ello, PaynoPain ha publicado recientemente su encuesta *Nuevos hábitos en métodos de pago en España 2023*. El CEO de la compañía, Jordi Nebot, detalla algunas de sus conclusiones.

◦ **¿Cómo han evolucionado los métodos de pago con las nuevas tendencias de compra y la llegada del comercio electrónico?**

El mercado de los métodos de pago ofrece más opciones que nunca. Todo esto es gracias a la tecnología. El crecimiento del e-commerce ha sido el gran responsable de la revolución que han vivido todos los sectores. Hemos evolucionado hacia formas de pago rápidas, ágiles y económicas que se adaptan a las necesidades de los consumidores.

Estos demandan cada vez más ventajas y comodidad a la hora de efectuar cualquier compra, pero quieren hacerlo de una forma segura y sin fricciones. Por eso es tan importante que cualquier negocio aporte variedad para que sus clientes estén cómodos a lo largo de todo el proceso de compra. Hoy es todo digital.

◦ **¿Qué busca el consumidor a la hora de realizar una transacción, tanto física como especialmente digital? ¿Cuáles son sus prioridades?**

Nuestra encuesta *Nuevos hábitos en métodos de pago en España 2023* ha revelado que los usuarios anteponen la seguridad sobre el resto de los factores. A la hora de elegir una fórmula de pago, la seguridad está por encima de todo con un 61,4%. Le siguen por orden la comodidad, la rapidez y el coste asociado a las transacciones. Pagar de manera segura es una obsesión para los clientes, especialmente en un momento donde los intentos de estafa están a la orden del día.

Es algo que ha demostrado un informe elaborado por el Consejo de Pagos Minoristas del Euro (ERPB). Según este, los fraudes afectaron al 15% de los franceses y al 14% de los portugueses. No recogieron cifras de España, pero estos números presentan una tendencia bastante clara.

◦ **Las transacciones digitales han dejado atrás al efectivo. ¿Cómo van a pagar los españoles este año?**

Los métodos de pago electrónicos siguen creciendo en popularidad si los comparamos con el dinero en efectivo. En el actual entorno económico, el *cash* ha pasado a ser una elección mucho



La tarjeta de crédito predominará en 2024, por ser un sistema cómodo, versátil y que los usuarios perciben como seguro.

menos común entre los compradores. La forma de pagar ha cambiado en un panorama de pagos que evoluciona sin remedio hacia lo digital. Con nuestro estudio, hemos averiguado que el dinero contante y sonante sólo representa el 11,9% de las operaciones.

Se queda muy lejos del 57,4% de la tarjeta de crédito, que es una de las tendencias que predominará en 2024. Junto a esta, también aparecen los monederos electrónicos -conocidos como *wallets* digitales- con un 25,2% y el Bizum, aunque el uso de este último está más extendido para el envío de dinero entre usuarios. El abanico de posibilidades es más amplio que nunca.

◦ ¿Qué ventajas aporta Bizum como método de pago online en comercios?

Bizum es un modelo de pago que permite comprar en comercios y realizar donaciones a través del móvil. En PaynoPain nos dimos cuenta de lo atractiva que resulta esta variante para los consumidores. Por eso, ya figura entre las opciones **Paylands**, nuestra pasarela de pagos. Su interfaz ofrece una experiencia ágil e intuitiva para que el proceso de pago sea sencillo y rápido desde cualquier dispositivo.



El 57,4% de los consumidores paga con tarjeta de crédito o débito, y sólo el **11,9% de las operaciones** se realiza con dinero en efectivo.

◦ A pesar del crecimiento de Bizum, ¿cuál será el método de pago predominante en 2024?

La tarjeta de crédito predominará en 2024. Ha ganado popularidad y se ha convertido en uno de los sistemas de pago más empleados al ser tan versátil. Con las tarjetas de crédito o débito, podemos efectuar compras en tiendas físicas, online y también en aplicaciones. Es la opción de pago preferida por casi 6 de cada 10 personas.

◦ ¿Qué deben tener en cuenta los retailers a la hora de escoger qué métodos de pago ofrecen?

Para conquistar a sus clientes, hoy en día es indispensable observar las tendencias y adaptarse a las preferencias de los consumidores, ofreciendo un proceso de pago seguro, cómodo y

Nuevas fórmulas de financiación

Tal y como comenta Nebot y el equipo de PaynoPain, hoy en día el abanico de posibilidades va mucho más allá de las formas de pago tradicionales. Así, retailers y marcas deben ofrecer varias alternativas, adaptándose a las necesidades y preferencias de los consumidores. En este número de Sonitrón, de las páginas 24 a 29, ofrecemos un especial sobre estas nuevas fórmulas de financiación, las preferidas de los usuarios y las ventajas que suponen, tanto para las empresas como para los clientes.



“Desde PaynoPain, hemos creado junto a Accesit Inclusivo ‘Acctua’, la primera plataforma de pago segura online que se adapta a las necesidades de personas con diversidad funcional”

sencillo. Es importantísimo que los datos de pago estén protegidos de principio a fin, ya que la seguridad es primordial para los consumidores. También es clave establecer unas políticas de compra transparentes y comprensibles que aborden aspectos como devoluciones, intercambios y tiempos de entrega. Siendo transparentes, reducirán la incertidumbre y alimentarán el sentido de pertenencia a la marca. Para triunfar, los negocios deben escuchar a su clientela y ofrecer todas las opciones que sean necesarias para satisfacer esa demanda.

o **¿Qué ventajas e inconvenientes aportan unos y otros métodos de pago?**

Mediante los pagos digitales, los clientes pueden realizar operaciones rápidas, ágiles y seguras, y se puede generar un registro de transacciones que permite llevar un seguimiento de los gastos y la gestión financiera.

En este sentido, hemos creado junto a Accesit Inclusivo *Acctua*, la primera plataforma de pago segura online que se adapta a las necesidades de todas las personas sea cual sea su discapacidad. Este producto pionero no va a suponer ningún tipo de coste adicional para los usuarios al integrarse dentro de la plataforma de pago del vendedor. Es crucial fomentar la inclusión financiera y facilitar el acceso a los servicios online a todos los públicos.

Por su parte, el efectivo está ampliamente aceptado en la mayoría de los negocios y permite acometer compras de una manera anónima, para aquellos usuarios que así lo prefieran. Sin embargo, conlleva un mayor riesgo de pérdida o robo. Si se pierde, normalmente no se puede recuperar. Y con él es más difícil rastrear los gastos.

o **¿Cómo se adaptan a estos cambios los consumidores de mayor edad? ¿Qué diferencias encuentran entre los hábitos de compra y pago de los más jóvenes con los de sus padres o incluso sus abuelos?**

Este perfil de usuario está menos acostumbrado a la innovación. No queremos que se queden atrás. Por eso, *Acctua* también está pensado para personas no competentes a nivel digital o mayores, y les permite llevar a cabo las operaciones de una manera más segura. Algunos de nuestros mayores suelen ser poco amigos de la tecnología, pero hoy tienen una solución que se adapta totalmente a sus necesidades.

o **¿Qué grado de seguridad tienen este tipo de transacciones digitales, frente a posibles ataques cibernéticos?**

Es complicado definirlo. Las estafas online representan un desafío constante para millones de personas. Y España no es ajena a esta realidad. Nuestra encuesta nos ha permitido saber que 6 de cada 10 personas han sufrido algún intento de estafa de *phishing*, *pharming* o algún otro tipo de ciberdelito a lo largo de su vida. Los robos de datos personales y la pérdida de ahorros han afectado a la confianza de parte de la población. Esto hace que sea indispensable comprar en plataformas de pago confiables.

o **¿Qué herramientas y beneficios aportan empresas como PaynoPain?**

Nuestra gama de soluciones es muy amplia. Ofrecemos TPV -digitales y físicos- y agilizamos diferentes opciones de pago. Entre ellas podemos encontrar *Tap to Pay*; *Pay by link*; pagos por QR; y por suscripción. El pasado 2023 incorporamos las transferencias instantáneas a nuestra cartera de métodos de pago para que los comercios puedan ofrecer a sus clientes la opción de pagar desde la banca online, sin importar si son bancos españoles, europeos o de Reino Unido. Son más ágiles que las transferencias normales y no necesitan intermediarios. Eso mejora claramente la experiencia de usuario y simplifica el flujo de pago. Así, es más sencillo ampliar el margen de beneficio y elevar la tasa de conversión. Las herramientas de PaynoPain están diseñadas para todos los sectores. Pueden hacer uso de ellas las pymes, los hoteles, la hostelería, el ecommerce, los marketplaces y las empresas de recobros.

o **En plena subida de precios, muchos optan por aplazar pagos. ¿Qué son exactamente los pagos aplazados y de qué manera benefician a los usuarios?**

Cuando hablamos de pagos aplazados, lo hacemos de un sistema de financiación en ascenso en los últimos años en España. El 68% de los usuarios conoce las ventajas de este modelo de pago, pero 3 de cada 10 no lo hacen. Los pagos fraccionados incrementan la autonomía financiera de los consumidores al permitirles adquirir productos o servicios y tomar decisiones de pago

de una manera prácticamente instantánea. Sin tener que esperar y de una manera sencilla.

Su funcionamiento es fácil. Se basa en un diferimiento de los pagos que realizan los usuarios durante el comercio electrónico. Al incorporar esta modalidad, los comercios pueden ofrecer un procedimiento de compra flexible y ágil. En medio de la crisis actual, el aplazamiento de pagos es una opción muy válida para los clientes. Pueden, por ejemplo, dividir el pago de sus reservas en hoteles de una manera sencilla y acceder a servicios más caros

o ¿Qué ventajas tienen estos pagos aplazados para las empresas y comerciantes?

Al incorporar esta opción, empresas y comerciantes pueden mejorar sus tasas de conversión. Esta es una nueva forma de pago fraccionado. No arrastra la necesidad de realizar nuevas integraciones ni inversiones en integraciones con la plataforma de correo electrónico. Esta solución es clave para que estos puedan aumentar su ticket medio de venta y su facturación final. Es indispensable valorar diferentes opciones de pago y ofrecer alternativas como esta para que los clientes opten por la vía que más se adecúe a sus gustos.



El 68% de los usuarios conoce las ventajas de los **pagos aplazados**, un sistema de financiación en ascenso en los últimos años en España gracias a la mayor **autonomía financiera** que ofrecen.

o ¿Qué otras soluciones de pago novedosas podemos encontrar en los próximos años?

Todo apunta a que el futuro de los pagos pasa por los pagos biométricos. La autenticación biométrica, ya sea a través del reconocimiento facial, de huellas dactilares o de voz, tiene el potencial de integrarse de manera más profunda en los sistemas de pago, brindando una experiencia notablemente más segura y conveniente para los usuarios.

Da gusto estar en casa

Las soluciones Daitsu te permiten ahorrar hasta un 50% en tu factura mientras respetas el medio ambiente.

Climatización | Aeroterminia

daitsu
Da bienestar



En un contexto de elevada inflación, alza de precios, salarios estancados y pérdida del poder adquisitivo de los españoles, los consumidores buscan cada vez fórmulas más apropiadas a su nueva situación a la hora de realizar sus compras

¿Efectivo o tarjeta?

Nuevas **tendencias de pago** en 2024

Lejos quedan los tiempos en los que el efectivo dominaba las transacciones diarias. Aquella clásica pregunta de "¿efectivo o tarjeta?" cada vez deberá contemplar más opciones, añadiendo por ejemplo Bizum, en compras online soluciones como PayPal o las nuevas tendencias de pago fraccionado/aplazado, también conocidas como *Buy Now, Pay Later* (BNPL).

Según el nuevo Informe de Medios de Pago 2024 de Minsait Payments, el 72% de los españoles ya pagan sin contacto. El método preferido sigue siendo la tarjeta, por un 66% de la población y siendo la modalidad de débito la más habitual. Le siguen las 'e-wallets' o carteras digitales, utilizadas ya por el 37% de los consumidores. En el caso de los menores de 35 años, su uso está todavía más extendido; el porcentaje crece hasta el 50%. Incluye soluciones como Apple Pay, Google Pay o Samsung Pay, por nombrar algunas de las más populares.

Ventajas de los pagos electrónicos

En un mercado cada vez más marcado por la preocupación hacia la seguridad en las transacciones, el pago sin contacto (*contactless*) se posiciona, por ello, como opción preferida. El hecho de evitar facilitar los datos directamente al punto de venta, no entregar una tarjeta al trabajador y que igualmente quede la operación registrada ofrecen esta elevada sensación de seguridad entre los encuestados por Minsait Payments.

Otras variables importantes para el consumidor y necesarias para el avance y crecimiento de la industria de los pagos son la

facilidad de uso, la gratuidad y la rapidez. Por detrás de la seguridad, estos factores son, en este orden, los que determinan la elección de un medio de pago entre los consumidores. La inmediatez de las transferencias digitales más cotidianas es una premisa ineludible para el sector y un objetivo de política pública en varios países, entre los cuales están España, Italia, Reino Unido y Portugal. Esta característica sienta las bases para la inclusión financiera y la necesaria eficiencia en las operaciones, otra de las tendencias identificadas.





En este sentido, y con el fin de dar respuesta a las demandas de unos usuarios cada vez más digitales, desde Minsait Payments también constatan en su informe la necesaria digitalización de los pagos en el punto de venta, como un clarísimo vector de crecimiento en el que concurren numerosas propuestas innovadoras sustentadas en la tecnología y en el tratamiento avanzado de los datos. El dinero en efectivo se mantiene en las pequeñas compras cotidianas, pero refleja un retroceso a favor de las opciones electrónicas.

El efectivo sigue perdiendo presencia

El informe de Minsait Payments muestra cómo se generaliza el uso de los pagos electrónicos en Latinoamérica y se acelera en Europa, donde cerca de un tercio de los europeos declara haberse incorporado a la digitalización de sus pagos en los últimos tres años, ante la irrupción de la pandemia del Covid y coincidiendo con el auge de otros medios de pago alternativos como **Bizum**, en España. Hoy en día, estas aplicaciones están ganando popularidad para pagos entre particulares (P2P), desplazando en cierta medida al uso del dinero físico; el 52% de los españoles lo prefiere frente al 38% que sigue usando el efectivo.

Así, el uso de dinero en efectivo pierde impulso y entre los medios de pago más utilizados vuelve a destacar la tarjeta de débito. Hoy en día, más del 85% de la población bancarizada española dispone de una tarjeta de débito para hacer sus pagos, mientras que el 56% afirma tener una tarjeta de crédito, cuyo uso es menor entre los usuarios. Un descenso provisional en este



Medios de pago alternativos como **Bizum** están ganando popularidad para pagos entre particulares, desplazando en cierta medida al uso del **dinero físico**.

tipo de tarjetas que se puede vincular al contexto económico actual, donde la inflación y las altas tasas de interés animan a una utilización más cautelosa del crédito y abogan por la estabilidad y la reducción de deudas.

El dinero en efectivo pierde además impacto en los puntos de ventas presenciales y es superado por la tarjeta en países como España, Brasil o Chile, sumándose a la tendencia marcada desde hace años por otros como Reino Unido. Según el Informe de Tendencias de Medios de Pago, para el 53% de los agentes de la industria, de aquí a 2030 el dinero en efectivo será un método de pago complementario a los digitales.

10 tendencias, según Capgemini

Otra compañía referente en informes en cuanto a tendencias y métodos de pago, es Capgemini, que ha publicado diez tendencias de pagos para 2024.

En primer lugar, comentan la importancia de la tesorería en tiempo real, que potencia la capacidad de los clientes para tomar decisiones y gestionar sus finanzas. Los sistemas de pago en tiempo real están sustituyendo rápidamente a los métodos convencionales de gestión de efectivo y conciliación de pagos. Por ello, los bancos que ofrecen servicios de tesorería en tiempo real pueden apoyar en gran medida la velocidad de la toma de decisiones de grandes clientes, al mismo tiempo que optimizan sus capacidades de gestión, mitigación de riesgos y liquidez. En los próximos meses, estos servicios impulsarán la competencia y el crecimiento de los pagos electrónicos.

Por otro lado, en contraposición a los datos presentados por Minsait Payments, presentan alternativas a las tarjetas como **Pay by Bank** y las soluciones BNPL. Se trata de operaciones de pago sin fricciones, cómodas y rápidas. En el caso del Pay by Bank (transferencia bancaria instantánea), contribuye en gran medida a reducir el riesgo de fraude, que sigue siendo un reto importante para los pagos con tarjeta. Sin embargo, con las cifras de las que se dispone, se ve que esta alternativa todavía es poco común entre la mayoría de consumidores y que es una opción algo más habitual en transacciones empresariales. En el caso del BNPL, es algo que crece en las compras online, y que trataremos más adelante en este reportaje.

La tercera tendencia señalada por Capgemini son las plataformas "composables" nativas en la nube. Este tipo de infraestructuras permiten a los proveedores prepararse para la próxima oleada de innovación en tecnología de pagos. El Cloud permitirá a los comercios ampliar rápida y eficazmente sus opciones de pago online y, en consecuencia, se prevé un crecimiento del volumen de transacciones. Además, las normativas sobre estandarización, lucha contra el blanqueo de capitales, banca electrónica y ciberse-



guridad, empujarán a los proveedores de servicios de pago a considerar los mercados en la nube y las herramientas SaaS.

En cuarto lugar, defienden que la **digitalización** agilizará los procesos de deudas y cuentas por cobrar. Su automatización reducirá significativamente el tiempo necesario para la recepción de facturas y la recopilación de datos. Las soluciones automatizadas de cuentas por pagar y cobrar pueden mejorar las previsiones de tesorería, reducir las comisiones bancarias y agilizar el procesamiento de los pagos a proveedo-

res clave. También pueden agilizar las operaciones básicas, mejorar la exactitud con un proceso más directo, reducir los costes operativos y permitir una toma de decisiones más ágil gracias a una mayor información en tiempo real.

Por otro lado, presentan las iniciativas de pago locales y regionales como posibles desafíos a las tarjetas y las redes de pago interconectadas. A medida que evolucionan las alianzas regionales en materia de pagos, debe desarrollarse un marco común que permita la compatibilidad entre cada una de las redes. Una red de pagos común a escala mundial permitiría a las empresas comerciar con socios, proveedores y clientes más allá de las fronteras, y acceder así a nuevos mercados sin tener que lidiar con complejos procesos de pago. Los consumidores a su vez, esperan poder pagar a entidades internacionales con facilidad, lo que supone una gran ventaja competitiva. Además, un sistema de pagos global posibilitaría transacciones transfronterizas eficientes en múltiples divisas internacionales.

Asimismo, detallan las nuevas **iniciativas regulatorias** en la materia, que impulsan la innovación y sobre todo la seguridad en los pagos. En la UE, la nueva directiva PSD3, los avances en la regulación sobre riesgos de los sistemas de pago y la muy esperada propuesta sobre el reglamento para el acceso a los datos financieros (FIDA), darán forma a una gran transformación en los



Las nuevas **iniciativas regulatorias** en materia de pagos impulsan la innovación y sobre todo la **seguridad**. En la UE se espera la nueva directiva PSD3 y avances en la regulación sobre riesgos de los sistemas de pago.

sistemas de pagos. Del mismo modo, la interoperabilidad de las monedas digitales de los bancos centrales (CBDC) ganará impulso, y se espera que en los próximos dos años se dé una gran evolución tecnológica en la interconexión de redes de pago públicas y privadas. Así, las regulaciones globales relacionadas con la utilización de monedas digitales en plataformas con blockchain van tomando forma.

En cuanto a los pagos instantáneos, los destacan por su eficiencia. La gran utilización de aplicaciones basadas en pagos instantáneos, pago de facturas, TPVs y comercio electrónico, impulsarán el volumen de transacciones. Los pagos instantáneos mejorarán la experiencia del cliente y permitirán a los comercios ofrecer servicios de reembolso instantáneo, lo que aumentará la comodidad y provocará el abandono de las costosas cuentas corrientes. Además, este modelo de pagos mejorará la transparencia y el cumplimiento, y optimizará los ciclos de capital en circulación.

También apelan a los bancos centrales, que deberán adoptar monedas digitales para maximizar la inclusión financiera. Bajo el nombre de **CBDC** (*central bank digital currency*; moneda digital del banco central), las entidades financieras pueden liquidar directamente las transacciones de los bancos centrales casi en tiempo real y los gestores pueden eliminar a los intermediarios. Además, la emisión de la CBDC a nivel global disminuirá la dependencia de terceros y los lentos servicios transfronterizos de divisas. El uso extendido de esta moneda digital impulsará la inclusión financiera de las poblaciones no cubiertas por los servicios bancarios al permitir el acceso a los créditos y la liquidez disponibles a través de los sistemas financieros tradicionales.

Las dos últimas tendencias ofrecen una mirada hacia el futuro, con la **tokenización de pagos** y las ventajas de la inteligencia artificial. En el primer punto, mientras que la mayor parte de la infraestructura de pagos actual gira en torno a instituciones centralizadas, las descentralizadas (DeFi) contribuirán a trasladar el



tratamiento de los pagos a un sistema híbrido, lo que permitirá a los proveedores de pagos ser ágiles y estar preparados para adaptarse a los cambios en los grandes volúmenes de transacciones con mayor eficacia. Además, los procesadores de pagos, reforzados por contratos inteligentes automatizados, podrán reducir un gran número de errores y equivocaciones en pagos. Asimismo, la seguridad de las transacciones y la prevención de ciberataques evolucionarán de un enfoque basado en claves de cifrado a una tokenización más sólida.

Finalmente, y a medida que la IA se consolide dentro de la cadena de valor de los pagos de extremo a extremo en 2024, se prevén grandes avances en la gestión del fraude, las transacciones en tiempo real, la experiencia del cliente, la gestión de documentos y el cumplimiento normativo. Además, la creciente penetración de la banca digital y los pagos entre particulares impulsarán la IA en los pagos.

Los pagos en e-commerce

La preferencia por el uso de la tarjeta entre la población española se traslada también a otras operaciones como los pagos y compras online. Siguiendo con los datos de Minsait Payments, el 66% de la población española sigue utilizando la tarjeta como primera opción. En el mercado español impactan las billeteras digitales, utilizadas por el 19% de los españoles de forma habitual. Crecen también las **soluciones BNPL**, ya mencionadas anteriormente, que permiten hacer compras y posponer los pagos. Un 8% de la población española recurre ya a esta novedosa opción.

En este sentido, existen variadas plataformas que ofrecen este servicio y cada tienda online puede escoger con cuáles trabajar. Una de las más conocidas es **Klarna**, un banco sueco que en España ofrece varias opciones de pago aplazado o fraccionado. La más popular es la opción de realizar las compras en tres plazos,

sin ningún tipo de intereses, fraccionando el importe total en tres partes, para que el consumidor asuma el gasto con algo más de ligereza. Otra opción es la de aplazar el pago 30 días, para poder disfrutar de los bienes de consumo deseados en el momento, pero retrasando un mes el gasto, a un momento en que al comprador le venga mejor. Colaboran con ella marcas reconocidas como Samsung, HP, Dyson, Braun o De'Longhi.

Otra de estas plataformas es la italiana **Scalapay**, con un funcionamiento muy similar. Ofrece pago en tres o cuatro plazos, añadiendo algo más de flexibilidad que Klarna, y permite anticipar pagos y cuotas para reducir los plazos previstos. Además, Scalapay también permite pagar en tienda con su solución, descargando la aplicación y escaneando un código en caja, que permitirá hacer la compra de manera fraccionada.

Aplazame es la opción española que ofrecen páginas como Cecotec, LG o PcComponentes. Una diferencia interior con los dos servicios anteriores es que este sí que está sujeto al TAE, en un 19,95%. Así, cuanto más plazos escoja el consumidor, mayor será esta cuota y también el pago final realizado. En cuanto a las mensualidades disponibles por escoger, sí que ofrece mayor número de plazos que otros, pudiendo financiar desde 3 hasta 36 meses, siempre en función de la disponibilidad en cada tienda online.

Otra más es **Sequra**, también española, con funcionamiento parecido y tres opciones: pago en 3 plazos sin intereses, financiación de 3 a 24 meses a elección del cliente, o pago aplazado en 7 días, una vez el comprador disponga del producto. Ofrecen esta opción páginas como Oppo, Huawei, Game, Phone House o Miró.

Otras opciones son bancos como **Oney**, que dan servicios de financiación instantánea para compra, a menudo en colaboración con las empresas y retailers. Es el caso de Fnac o Alcampo.

Más posibilidades

Algunas otras tiendas online y retailers ofrecen sus propias soluciones, como es el caso de **MediaMarkt**, que cuenta con su Club Card con opción de financiación a 18 meses con intereses. Además, ofrecen otros métodos de pago en su e-commerce, entre ellos, la tarjeta de crédito, PayPal y el novedoso Bizum.

De hecho, en esta amplia oferta radica la clave del éxito para las compras online, puesto que así el consumidor puede escoger cómo pagar, sin verse obligado a optar por opciones que desconoce o con las que no se siente del todo cómodo; como la tarjeta de crédito, puesto que no todos los usuarios quieren facilitar sus datos bancarios a terceros, pese a que hoy en día se pueda hacer ya con total seguridad.

Otros métodos de pago que ofrecen algunos e-commerce son la transferencia bancaria o incluso el pago mediante criptomoneda, aunque son bastante residuales, uno por ir cayendo en desuso y el otro por ser demasiado innovador y contar todavía con poca aceptación.

No todo es comprar

Más allá de los métodos de pago y las amplias posibilidades de compra que ofrecen los retailers hoy en día, tanto en tienda como online, se abren camino nuevos modelos para disfrutar servicios y productos. Hablamos del renting, leasing y otras fórmulas de este estilo, en las que el consumidor tiene derecho al producto como si fuera suyo por una cuota mensual, como si de un pago fraccionado se tratara. Sin embargo, pasado un tiempo previamente estipulado, deja de tener derecho a este producto. A menudo, se le ofrece una posibilidad de compra o un nuevo servicio de alquiler de un modelo más nuevo o apropiado a sus nuevas necesidades.



Aun así, si el cliente no está satisfecho con el servicio o ya no precisa de ese tipo de productos, puede por supuesto acabar su relación con dicha empresa. Es el caso de Grover, el servicio de alquiler de tecnología que ofrece desde móviles, cámaras, ordenadores hasta televisores, patinetes eléctricos, robots aspirador e incluso drones.

Grover ofrece plazos de alquiler de uno, tres, seis y doce meses, ampliando el periodo hasta un año más al final del plazo para seguir disfrutando del dispositivo con las mismas ventajas. Se puede cancelar a partir del periodo mínimo de alquiler elegido sin costes añadidos.

Este tipo de soluciones, a menudo, son una gran opción para aquellos consumidores que quieran disfrutar siempre de lo más nuevo sin tener que estar gastando cada año en ese último lanzamiento, contando ya con un producto que cubre esas necesidades, pese a no ser el más reciente en el mercado. Así, supone un ahorro económico en estos casos y sobre todo un ahorro de recursos para el planeta ya que, una vez finalizado el periodo de

alquiler con un cliente, el producto se reacondiciona para volver a usarse y dar pie a un interesante modelo de economía circular.



El futuro de los pagos

Estas son las tendencias actuales y que se pronostican para 2024. Pero, ¿qué ocurre si pensamos algo más allá y ponemos nuestra mirada en los métodos de pago que podemos estar usando en tres, cinco o incluso diez años?

Un invento curioso que nos hace sentirnos en una "peli" futurista es el nuevo anillo Rikki, el anillo inteligente vinculado a una tarjeta para hacer compras y pagos. Está fabricado con cerámica hipoalérgica de alta resistencia a golpes y caídas, así como al agua hasta profundidad de 50 metros. En su interior alberga un chip NFC de seguridad bancaria certificado y que encripta los datos para evitar estafas y suplantaciones. Por ahora, se puede vincular a tarjetas bancarias Visa y MasterCard de la Unión Europea y no necesita recarga de batería. Se conecta a través de una aplicación móvil y en caso de pérdida o robo se puede bloquear al momento. Además, en pagos superiores a los 50 euros pide siempre el PIN de la tarjeta.

De cara al futuro, tal y como comentaba Jordi Nebot, se podrán ver y popularizar los pagos biométricos por reconocimiento facial, huella dactilar o lectura de iris. En un futuro no muy lejano, se podría pagar únicamente con esta información, que estaría registrada y enlazada con los datos bancarios personales. Para este proceso, es necesario que los comercios y establecimientos dispongan de un dispositivo electrónico que funcione como lector o escáner. Un software digitaliza la información biométrica escaneada y establece los puntos de coincidencia en su base de datos.

Este tipo de pagos ofrecen un elevado nivel de seguridad, puesto que estas identificaciones personales son únicas e intransferibles, previniendo el fraude y las suplantaciones de identidad. Sin embargo, todavía hay mucho desconocimiento entre la población y esto provoca desconfianza entre gran parte de los usuarios.



Elecciones a la presidencia de Acolex



La Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos de Extremadura (Acolex) reeligió el pasado 16 de febrero, en una asamblea general celebrada en el Hotel Las Lomas de Mérida, a Francisco Piñero (Euro Electrodomésticos Extremadura y Electrocash, en la foto, el de en medio) como presidente de su junta directiva. También, volvió a elegir en la vicepresidencia a Lorenzo Román (Tiendas Lorenzo Román) y a Diego del Viejo (Tiendas Idea), aunando, por lo tanto, una parte muy representativa del sector de la distribución y comercialización de electrodomésticos en Extremadura..

Acuerdo entre FAEL/AAEL y Segurma

La Federación/Asociación Andaluza de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar (FAEL/AAEL) firmó el pasado 21 de febrero un convenio de colaboración con la empresa de seguridad Segurma, según el cual incorporará servicios de sistemas de seguridad y videovigilancia a su red de tiendas adheridas. Así, las tiendas asociadas a FAEL/AAEL, las llamadas #TiendasFAEL, podrán ofrecer estos servicios a sus clientes, diversificando así sus líneas de negocio, lo cual podría suponer un «importante incremento» en su rentabilidad.

Etiqueta de reparabilidad

Una nueva etiqueta en los electrodomésticos y productos electrónicos informará sobre el índice de reparabilidad del aparato cuando entre en vigor la nueva Ley de Consumo Sostenible.

La etiqueta indicará la facilidad para conseguir las piezas de cada electrodoméstico y lo costosa que podría resultar la reparación en función del precio del aparato. De este modo, a la hora de comprar un electrodoméstico, los consumidores podrán comparar tanto su eficiencia energética, como el precio y su puntuación en el índice de reparabilidad. La ley también tendrá en cuenta el ecodiseño de los productos: si se han diseñado para que duren más, así como más facilidad para las reparaciones.

Más de 50 novedades de Taurus

Taurus Group ha anunciado que incorporará más de 50 novedades a sus marcas Taurus, Solac y Black+Decker durante la primera parte del año 2024, las cuales presentó el pasado mes de enero durante su última convención nacional de ventas. Este evento contó con la asistencia de toda la red comercial nacional de la compañía, así como los distintos departamentos implicados en los nuevos lanzamientos. Estas novedades forman parte de las familias de cocina, hogar y cuidado personal, destinadas a ayudar al usuario en su día a día.



Asambleas de Cenor

Cenor Electrodomésticos celebró a primeros de febrero sus asambleas comerciales de inicio de año para socios y asociados en las localidades de Santiago de Compostela (Galicia) y Pamplona (Navarra).

Asimismo, en las dos jornadas, se contó con la participación del Director Comercial de Cenor, Iván Franco, así como del Director de Marketing de la empresa, Sergio Díaz. En concreto, Franco y Díaz presentaron el resumen de cifras, resultados y conclusiones del año 2023, y expusieron la estrategia comercial y de marketing para el 2024, detallando los objetivos tanto cuantitativos como cualitativos.



Interacción física de las compras online

El ecommerce ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años, pero eso no tiene por qué implicar un abandono de la tienda física. Según un reciente estudio de Packlink, *Escenario de los envíos online 2024*, casi la mitad –48,5%– de las compras online en España incluyen algún tipo de interacción con la tienda física, dando pie a nuevas fórmulas y soluciones de comercio omnicanal, ya imprescindible para los retailers.

Así, 10.691 millones de euros en ventas se dieron con este modelo de interacción entre el comercio electrónico y el entorno físico. De hecho, 3 de cada 4 españoles combina compras en ambos canales, situando al país como el segundo porcentaje más alto de Europa, sólo por detrás de Reino Unido.

MediaMarkt busca personal

MediaMarkt está buscando 60 profesionales para trabajar en la nueva tienda que abrirá el próximo mes de mayo en el municipio tinerfeño de Adeje, concretamente en el Parque Comercial Adeje Shopping. El proceso de selección durará hasta mediados de marzo, y finalizará con entrevistas y dinámicas de grupo. Entre las vacantes, destacan los puestos de venta al público, cajas, almacén, personal de servicios y mandos comerciales. También, las personas interesadas podrán acceder a dicho proceso a través del portal de empleo MM Careers – Let's Go!.

Resultados de Miele España

2023 fue un buen año para Miele en nuestro país, que registró crecimientos de facturación del 6% en su división doméstica y del 9% en la profesional. De esta manera, la cifra de crecimiento de Miele en España fue del 8,9%. La filial ibérica de Miele explica estos buenos resultados por su éxito en el canal proyectos, para el mercado residencial premium, que ha experimentado un crecimiento del 90%. Este canal está especializado en equipamientos de viviendas residenciales premium en toda España.

Los datos contrastan con los ajustes y despidos de hasta 2.700 trabajadores anunciados a nivel global por la caída mundial de la demanda de electrodomésticos.

Sobre Fnac El Triangle (Barcelona)

Según la información difundida por el portal *Idealista* a primeros de febrero, el grupo de distribución francés de cultura y tecnología Fnac Darty habría pactado su salida del centro comercial El Triangle de Barcelona, en pleno centro de la ciudad, a lo largo de este año 2024. En su lugar, Inditex abriría una nueva macrotienda de Lefties, su marca de moda más económica. El establecimiento cuenta con unos 7.500 metros cuadrados, repartidos en 4.500 m² para la tienda en dos plantas y otros 3.000 m² de almacén.



Teka amplía la garantía en su centenario

Este 2024, Teka celebra su centenario con la ampliación de garantía a 5 años para más de 60 de sus modelos de hornos, placas y campanas verticales. Entre los productos más destacados que disfrutarán de la ampliación de garantía de forma gratuita, se hallan los modelos Steak-Master, con una función especial para los amantes de la carne; MaestroPizza, que incorpora una función específica que le permite alcanzar los 340° de temperatura; AirFry, con una función para freír de forma saludable; o el último lanzamiento de la compañía: la placa de inducción Mestre-Paeller, la única placa del mercado específica para paellas. La promoción estará vigente hasta el próximo 30 de junio.



Las ventas de bombas de calor aerotérmicas sigue creciendo, de manera que suponen ya una quinta parte del mercado. Sus ventajas la sitúan como una de las mejores tecnologías para conquistar la mayor parte del pastel

La **aeroterminia** sigue creciendo y muestra todo su potencial

La Directiva de Eficiencia Energética de la Unión Europea contempla la sustitución progresiva de las calderas de gas por bombas de calor (aeroterminia) para conseguir ahorrar energía y reducir las emisiones de CO₂ hasta el horizonte 2030. Se supone que para ese año (dentro de 6) los Estados miembros deberán haber reducido el consumo de energía por lo menos un 11,7% con respecto a 2020.

De esta manera, la UE prohibirá las calderas de gas y diésel en nuevas viviendas en enero de 2026 y en 2035 de forma total, y promoverá la electrificación sostenible de la calefacción a través de la aeroterminia.

Con estos mimbres, todo apunta a que en los próximos años veremos un boom de instalaciones de aeroterminia para cumplir dicha normativa. Y es que las bombas de calor aerotérmicas suponen toda una revolución para el sector de climatización por su menor impacto medioambiental y por su eficiencia. Recordemos que la aeroterminia es una tecnología limpia que extrae energía del aire exterior (hasta el 77%) y a través de las leyes de la termodinámica la transforma en energía térmica que permite climatizar una vivienda y dotarla de agua caliente sanitaria (ACS).

La aeroterminia representa un ahorro aproximado del 25% en comparación con una instalación de gas natural y de un 50% si se compara con una de gasoil. Así, un equipo aerotérmico puede generar entre 3 y 6 kilovatios/hora de energía calorífica por cada kilovatio de electricidad consumido, mientras que la relación de las calderas de gas está en 1 kilovatio de energía térmica por cada kilovatio consumido.



La **aeroterminia** está llamada a revolucionar el panorama de instalaciones de climatización a nivel europeo en los próximos años, ya que cuenta con el apoyo de la Directiva de Eficiencia Energética de la UE, sin embargo tiene un freno en su mayor precio.

Bombas de calor asequibles para todos

Sin embargo, su mayor coste con respecto a otros sistemas de climatización actuales, supone el principal escollo para su extensión. Se calcula que una instalación aerotérmica, dependiendo de su tamaño, puede costar entre 6.000 y 20.000 euros.

De este modo, para contribuir a democratizar el uso de la aeroterminia, la EHPA (Asociación Europea de Bombas de Calor) ha elaborado un manifiesto para concienciar a responsables políticos y legisladores sobre cinco puntos clave necesarios para el despliegue de bombas de calor en Europa, uno de los cuales es, precisamente, hacer que las bombas de calor sean asequibles para todos.

Y es que, en la mayoría de países, los costos operativos de las bombas de calor siguen siendo más altos que los de las calderas de combustibles fósiles, a pesar de que las bombas de calor son de tres a cinco veces más eficientes energéticamente.

Para incentivar a las personas a comprar una bomba de calor, es necesario que vean un rápido retorno de la inversión. Para ello, la EHPA considera que la electricidad no debería costar más que el doble del precio del gas. En este sentido, los costes de la electricidad se pueden reducir eliminando impuestos y gravámenes de las facturas de electricidad, introduciendo precios al carbono y otorgando a los consumidores la opción de pasar a una tarifa eléctrica más baja o variable si instalan bombas de calor renovables.

La Asociación Europea de Bombas de Calor también mencionan herramientas financieras, apoyo gubernamental, financiación del sector privado y diferentes conceptos de negocio para reducir el coste, como aspectos esenciales para ayudar a los consumidores a soportar estos costes y poder beneficiarse del ahorro de energía que proporcionan las bombas de calor.

Igualmente, para la EHPA, existe una necesidad particularmente urgente de proteger a los hogares con menores ingresos de los altos precios de la energía y respaldar su acceso a soluciones de calefacción y refrigeración más limpias y, a la larga, más económicas, como las bombas de calor.

Asimismo, los fabricantes europeos de bombas de calor piden a los políticos responsables de la UE que la directiva sobre fiscalidad de la energía grave menos a la electricidad que a los combustibles fósiles.



También exigen que se implemente el Sistema de Comercio de Emisiones 2, que pone un precio al carbono por la calefacción de los edificios, y el fondo social para el clima, que ayudará a los hogares más pobres a descarbonizarse.

Otras peticiones pasan por que los Estados miembros establezcan medidas nacionales para reducir la diferencia entre el precio de la electricidad y el gas, por ejemplo con precios al carbono y reduciendo impuestos y gravámenes sobre las facturas de electricidad.

Asimismo, se pide que se establezcan conceptos comerciales innovadores y herramientas financieras que reduzcan los costos iniciales y brinden ofertas de bombas de calor adecuadas y asequibles para cada tipo de consumidor.

El mercado de climatización en 2023

A mediados de febrero, AFEC, Asociación de Fabricantes de Equipos de Climatización, presentó el informe anual de mercado y coyuntura sectorial de la climatización, HVAC y bombas de calor correspondiente al pasado ejercicio 2023. Los resultados muestran un crecimiento del mercado total del 21,3% en valor. En el caso de equipos de climatización, bombas de calor y producción de agua caliente sanitaria, el volumen de negocio se incrementó un 23,3% con respecto al año anterior. En el sector residencial/doméstico se vendieron 1.275.428 unidades por valor de 921,54 millones de euros.

La evolución de ventas de bombas de calor aerotérmicas (aire-agua, incluidas las de producción de agua caliente sanitaria) sigue siendo positiva. En el año 2023, los equipos aire-agua pasaron de representar el 20% en valor en el año 2022, a tener un peso sobre el total facturado del 18,3% respecto al total del mercado de equipos de climatización, bombas de calor y producción de acs. Aunque en valor ha aumentado, lo ha hecho en menor manera que los equipos aire-aire, por lo que el porcentaje sobre la cifra global es algo más bajo.

En conjunto, el número de bombas de calor que se utilizan principalmente en modo calefacción, vendidas por los fabricantes al canal (sell-in) en 2023, aumentaron un 14,2%. La evolución de ventas de bombas de calor multitarea (aire-agua, incluidas las de producción de agua caliente sanitaria) fue muy positiva durante la primera mitad del año, y su evolución se desaceleró en la segunda, cerrando 2023 con un crecimiento positivo del 7,5% en valor. Aunque es un crecimiento más atenuado que la comparación de 2022 a 2021, se sigue evidenciando el auge de esta tecnología como sistema sostenible, renovable y combinado de calefacción, refrigeración y producción de agua caliente sanitaria.



También se solicita el fin de los elevados subsidios a los combustibles fósiles y, en su lugar, subvencionar las bombas de calor específicamente para hogares de bajos ingresos.

Finalmente, la EHPA pide a los Estados miembros que reduzcan los impuestos y gravámenes sobre las bombas de calor y su

instalación. En las páginas siguientes ofrecemos información de soluciones de aerotermia disponibles en el mercado español, ofrecidas por destacados fabricantes y marcas de climatización.

www.ehpa.org

El mercado de climatización en 2023

Por su parte, los datos del segmento de ventilación arrojaron un aumento del 20,5% en valor en el sector residencial, pero se ha evidenciado una significativa desaceleración en industrial y terciario. Desde AFEC consideran crucial y urgente seguir creando conciencia sobre la importancia de los sistemas de ventilación y de filtración, así como de su mantenimiento.

En cuanto al mercado de la regulación y control, de manera cualitativa, destaca la evolución tecnológica de la climatización inteligente y eficiente, que impulsa el desarrollo de sistemas de medición, sensórica, regulación y control cada vez más avanzados. De hecho, de cara al presente ejercicio 2024 podrá ver una demanda al alza, impulsada por las normativas, y las aplicaciones de IA e IoT. Igualmente, el sector español de climatización, por voz de AFEC, hizo públicas las principales preocupaciones que les atañen. Es el caso de un entorno económico menos favorable, el frecuente olvido de la necesidad de ventilación de espacios ocupados cuando se ejecutan rehabilitaciones de edificios, la posibilidad de que los objetivos verdes europeos sean poco realistas, el desajuste cronológico de requisitos normativos y la tensión que puede provocar a la hora de decisiones de inversión, etc.

Otra preocupación es el retraso en el proceso de aprobación del Plan de Acción de Bomba de Calor, que la Comisión Europea había asegurado que se haría a principios de 2024, y que tendrá que esperar a que pasen las elecciones al Parlamento Europeo este próximo junio. Desde AFEC se ha apoyado la iniciativa de la industria y ONGs europeas que reclaman una urgente aprobación e implementación de dicho Plan de Acción de Bombas de Calor.

www.afec.org

Daikin

www.daikin.es

Daikin cita su *Barómetro de la climatización en España*, según el cual, en 2023, el 25% de los hogares españoles ya contaba con un sistema de climatización basado en energías renovables como la aerotermia, y otro 60% se planteaba cambiar su sistema de climatización, siendo la aerotermia el sistema preferido para el 50% de ellos.

Desde la marca aseguran que la aerotermia es válida **para todo tipo de edificios** y que existen múltiples opciones para instalar estas soluciones, pero que lo importante es entender bien las necesidades de cada hogar y encontrar la solución más adecuada, para lo cual es importante **dejarse asesorar** por un profesional. Si bien, Daikin señala que el precio es el mayor freno para la instalación de un equipo de aerotermia, también apunta que cerca del 70% de los españoles cambiaría su sistema de climatización por uno que implique menor gasto. En este sentido, explican que el cambio a este tipo de sistemas supone un **ahorro del 50 –70% en la factura eléctrica**, ya que la aerotermia genera entre 3 y 4 veces más la energía que consume para ello. Esto se traduce en poder climatizar una estancia por 1€ al día. Esta altísima eficiencia hace que la **amortización se consiga en pocos años**.

Actualmente, Daikin ofrece las siguientes soluciones de climatización por aerotermia para hogares.



Daikin
Altherma.

Daikin Altherma

Este sistema de climatización por **bomba de calor** extrae la energía presente en el aire para generar calefacción en invierno, aire acondicionado en verano y agua caliente sanitaria (ACS) todo el año. Puede instalarse tanto en radiadores convencionales como de baja temperatura, suelo radiante o fancoils. Presenta un funcionamiento más que sencillo y una instalación y configuración simplificadas, gracias a un **asistente de puesta en marcha** con nueve pasos pre-programados. En términos de diseño, Daikin Altherma está pensado para integrarse como un electrodoméstico más y ha sido premiado por su innovador diseño con los prestigiosos **premios internacionales IF y Red Dot**.

Daikin Multi+

Combina un depósito de agua caliente sanitaria con **hasta 3 unidades interiores tipo Split**. Ofrece calefacción, aire acondicionado y ACS. Este sistema ofrece una alta eficiencia y un ahorro considerable. Ideal para apartamentos de 2-3 personas que no dispongan de otro sistema de calefacción y quieran una solución eficiente. Es posible conectar todas las unidades interiores a través de la **App Onecta** para su control desde el móvil.

Daikin Multi+.



Bosch

www.junkers-bosch.es

Bosch menciona los últimos datos de AFEC que muestran un **crecimiento de las ventas de bombas de calor del 14,21%** y se refiere a su propio estudio titulado "Hábitos de consumo de calefacción y climatización de los hogares españoles" para asegurar que la aerotermia es el segundo sistema más valorado al cambiar. Igualmente, señalan que el 45% de los hogares españoles que han notado el aumento del precio se han planteado cambiar su actual climatización por otra con energías renovables. Por ello, consideran muy significativo el potencial de la aerotermia y aportan un dato: **en 2022, su negocio de bombas de calor creció en un 54% en Europa**, y fue el principal motor de crecimiento de la marca. Sólo en Alemania, Bosch aumentó sus ventas de estos productos un 75%, superando claramente al mercado.

En este sentido la división **Bosch Home Comfort** tiene previsto invertir más de 1.000 millones de euros hasta finales de esta década en la producción de bombas de calor, con una nueva planta en Polonia. También pone el foco en los sistemas híbridos, que combinan aerotermia y calderas de gas, como la solución perfecta para reformas y rehabilitaciones, dado que permiten aprovechar la instalación existente. Y es que, las bombas de calor aerotérmicas pueden coexistir junto a las calderas de condensación, resistencias eléctricas y módulos con depósitos de agua caliente o depósito solar de instalaciones solares térmicas, funcionando como un sistema híbrido, gracias a sus módulos interiores.

Sobre el mayor precio de los sistemas de aerotermia, Bosch apunta que pueden **amortizarse en entre 5 y 10 años**, según los casos. En este contexto, valoran las ayudas como claves para reducir el impacto inicial que supone invertir en este tipo de soluciones. En concreto, los fondos Next Generation desempeñan un papel fundamental. Este tipo de ayudas permiten que cada vez más proyectos de rehabilitación de viviendas incorporen sistemas de bombas de calor con un crecimiento significativo en la adopción de sistemas híbridos. Para Bosch Home Comfort, invertir en soluciones como la aerotermia es altamente rentable por lo que esperan que sigan las ayudas a la rehabilitación energética, también con opciones de financiación para usuarios finales.



Monobloc Compress 2000 AWF

Novedad de la marca, esta bomba de calor multitarea aire/agua, compacta, y 100% hidráulica, **no requiere unidad interior** al incorporar todos los componentes hidráulicos en la unidad exterior. Esto facilita la instalación, que puede hacerse en un espacio mínimo de 2 m². Suministra refrigeración, calefacción y ACS de forma eficiente y renovable a través de un solo equipo, que además es compatible con sistemas fotovoltaicos y puede trabajar como sistema híbrido con el apoyo de calderas.

La **Compress 2000 AWF** ofrece un rango de potencias de 4 a 16 kW en monofásico y de 12 a 30 kW en trifásico. Además, está disponible en tres tamaños diferentes y permite la conexión en cascada de hasta seis unidades para adaptarse a diversas necesidades. Este modelo cuenta con una temperatura

de impulsión de hasta 65°C para suministrar calefacción mediante radiadores, fancoils, suelo radiante y acumulación de ACS con un depósito adicional, posicionándose como la solución ideal para obra nueva y reformas. Asimismo, al funcionar con **refrigerante R32** en un circuito estanco en la unidad exterior, reduce las emisiones de carbono, convirtiéndose en una solución sostenible.

Johnson

<https://ponjohnsonentuvda.es/>

Johnson calcula que, actualmente, un 7% de los hogares dispone de sistemas de aerotermia, pero que este porcentaje seguirá aumentando, si bien, no tanto como estaba previsto, entre otros factores, por el **atasco en las ayudas europeas**. En la firma están convencidos que la aerotermia será el sistema que se termine imponiendo los próximos años para ciertas necesidades de climatización y agua caliente sanitaria (ACS). Sobre todo, por la descarbonización de los edificios, los problemas con el gas, los altos precios del gasóleo y la extinción de las calderas. Así, aseguran que la bomba de calor es **el sistema más eficiente siempre que se escoja el equipo adecuado a la instalación**.

Preguntados sobre su mayor precio, desde Johnson aseguran que, condiciones particulares a parte, los altos rendimientos de la aerotermia frente a las calderas, **garantizan su amortización**. Si a ello sumamos las ayudas, que han sido un gran impulso a pesar de que el colapso administrativo esté frenando su crecimiento, también se reduce el tiempo de amortización. Lo mismo que si el consumo se asocia a una instalación fotovoltaica. Igualmente, explican que la aerotermia se ahorra los mantenimientos anuales oficiales de las calderas.

Aurum R290

La serie Aurum R290 de aerotermia de alta temperatura de la marca incluye **unidades monoblock de entre 9 y 22 kW con gas R290**, un hidrocarburo sin apenas impacto medioambiental, un 60% más eficiente que otros refrigerantes por sus propiedades termodinámicas y físicas. Además, se trata de un gas puro que evita deterioros en los mecanismos de los sistemas, disminuyendo la rotura de compresores y alargando la vida de los aceites lubricantes.

La serie Aurum R290 de Johnson, con **clasificación A+++**, equipa ventiladores y compresores Full Inverter DC. Trabaja en un amplio rango de temperaturas exteriores, siendo válida para todo tipo de climas y cuenta con salida de temperatura del agua hasta 75°C, lo que les permite sustituir de forma directa instalaciones antiguas de calderas con radiadores convencionales. Permite instalación en cascada (hasta 8 unidades).



Aurum BM y BMI

Para instalaciones más flexibles, Johnson ofrece sus **sistemas biblock Aurum BM y Aurum BMI**. La unidad interior incorpora un depósito ACS para ahorrar espacio. Ambas series están disponibles **desde 4 a 16 kW** y la unidad interior, con **depósito de 190 y 240 litros**. También son A+++ y vienen listas para su puesta en marcha, con módulo hidrónico, sonda de ACS, filtro y vaso de expansión. Igualmente, permiten un amplio rango de temperaturas exteriores.

Todas estas series son **soluciones integrales y todo en uno** (radiadores, climatización, suelo radiante y agua caliente sanitaria), altamente eficientes, de consumo reducido y muy duraderas. Asimismo, se pueden **controlar por Wi-Fi** e integrarse en sistemas domóticos y fotovoltaicos gracias a sus conexiones ModBus y Smart-Grid. Tienen **certificado Keymark** que cumple la legislación europea de ecodiseño.



Sistema biblock integrado.

Eurofred

www.eurofred.com

Según **Santiago Perera**, Iberia & Latam Business Director de Eurofred, los datos de AFEC indican que **el 6,5% de las unidades de climatización domésticas** vendidas en 2023 fueron de aerotermia, que suponen el 18,5% del mercado en valor. Asimismo, argumenta que la venta de este tipo de soluciones seguirá al alza por la mayor conciencia medioambiental y por las **normativas cada vez más exigentes** en emisiones de CO₂. Más aún con la aparición de la aerotermia, la cual posee un potencial considerable gracias a su amplia adaptabilidad -que permite conectarse a instalaciones preexistentes- y a su versatilidad -capaz de ofrecer calefacción, aire acondicionado y ACS-.

Ejemplo de cómo la normativa impulsa la aerotermia es el nuevo Código Técnico de la Edificación (CTE), que fija un máximo de emisiones y considera la demanda energética de los edificios con soluciones renovables. Perera cree que es posible que **la aerotermia se convierta en un estándar de climatización** en los próximos años, por lo ya apuntado, sin embargo, su adopción masiva depende de factores, como el desarrollo tecnológico, la infraestructura de energía renovable, las ayudas públicas y la normativa.

Sobre el precio, el director de negocio de Eurofred calcula que **la aerotermia supone el 10% del importe total de una reforma integral**. Igualmente, hay modelos que, gracias a su amplia versatilidad, evitan sobrecostes adaptándose a la instalación existente. Es el caso de la **Monobloc Active de Daitsu**, una aerotermia multitarea monobloc, compatible con radiadores, fancoils o suelo radiante. Además, son equipos muy eficientes que permiten ahorrar en la factura eléctrica. La **Heatank V4 de Daitsu**, por ejemplo, puede suministrar ACS todo el año con un 350% más de eficiencia que un termo eléctrico convencional.



A ello hay que sumar las ayudas disponibles, entre ellas la del Gobierno para la mejora de la eficiencia de los edificios, ampliada hasta el 31 de diciembre de 2024. Todo ello acelera la amortización. Comparada con una caldera de gas, la Monobloc Active de Daitsu permite ahorrar entre 278 y 696 euros al año, pudiéndose amortizar a partir de 5 años.



Soluciones disponibles

Eurofred ofrece numerosos sistemas aerotérmicos de las **marcas Daitsu y Fujitsu**, para todas las necesidades de climatización y ACS. En el ámbito doméstico, es el caso de los **modelos híbridos**, una solución de aerotermia aire-agua/aire-aire para ACS y climatización mediante expansión directa, tanto frío como calor, capaz de adaptarse al espacio disponible. Por su parte, los **sistemas monobloc** integran en una sola unidad la bomba de calor, el depósito de ACS y los componentes de calefacción. Son perfectos para espacios pequeños. También, soluciones multitarea para climatización y ACS con **unidades partidas**, recomendados para viviendas y reformas donde el espacio es importante. Finalmente, las **bombas de calor para ACS** son acumuladores termodinámicos, capaces de producir agua caliente sanitaria al instante.

GIA Group

www.groupgia.com

Desde GIA confirman el notable crecimiento experimentado por la aerotermia en el mercado de climatización doméstica durante los últimos años, hasta alcanzar una **cuota que ronda aproximadamente el 10%** y que se duplicará o triplicará en el futuro. Ello se debe a la mayor conciencia ambiental, a la búsqueda de alternativas más eficientes y sostenibles, a los incentivos gubernamentales y a la regulación. De este modo, GIA Group cree que la aerotermia tiene el potencial de convertirse en un estándar de climatización en los próximos años. Sin embargo, esto dependerá de **factores como las infraestructuras existentes o el espacio disponible en las viviendas**. Igualmente, Gia apunta que, si bien hay factores que pueden afectar al **plazo de amortización de un sistema de aerotermia** (como el coste del equipo, de la instalación los precios de la electricidad o las ayudas), se estima que este se sitúa de media entre 5 y 15 años.

Bombas de calor

La oferta de soluciones aerotérmicas de GIA incluye bombas de calor y acumuladores. En bombas de calor destacan los modelos **Eco-Thermal Biblock integrado, Eco-Thermal Biblock Mural y Eco-Thermal Monoblock**. Todos pueden aprovechar el 75% de la energía del aire exterior para calefacción, refrigeración y ACS (hasta 70°), utilizan la tecnología Full DC Inverter que optimiza el rendimiento y disponen de Wi-Fi para su control desde cualquier dispositivo.

Eco-Thermal Biblock Integrado incorpora tanques de 190 y 240 l con aislamiento de poliuretano que reduce las pérdidas de calor.

Además, destaca su bajo nivel sonoro. Integra un sistema de descarche inteligente que evita continuos arranques y paradas del compresor. Por su parte, **Eco-Thermal Biblock Mural** se diferencia del anterior en que es compatible con sistemas solares térmicos y fotovoltaicos y en que viene equipada con una resistencia eléctrica de serie, como fuente de calor adicional si fuera necesario. En el caso de **Eco-Thermal Monoblock**, puede impulsar agua a 65°C sin resistencia eléctrica de apoyo, aunque incluye una de serie por si fuera necesario. Su grupo hidráulico integrado simplifica su instalación y permite un funcionamiento óptimo. Puede adaptarse a diferentes condiciones ambientales: Refrigeración de -5° a 43°C. Calefacción de -25° a 43°C y ACS de -25° a 43°C. Incluye, sistema de descarche y modo vacaciones programable.

HTW Eco-Thermal Monoblock.



Acumuladores aerotérmicos

Los acumuladores aerotérmicos de la **serie VAW de HTW** convierten la energía térmica del exterior en calor interior. Destacan por su eficiencia y durabilidad. Estos acumuladores aerotérmicos de HTW son la solución perfecta para satisfacer grandes **demandas de agua caliente** y en varios puntos de consumo al mismo tiempo. De este modo, destacan por su máxima eficiencia a alta temperatura, además de por contar con **control para sistema solar térmico**. Asimismo, están fabricados con acero inoxidable de alta calidad y disponen de **función antilegionela**. Otras características incluyen **impulsión a 70°C** y función descarchable que elimina la acumulación de hielo en el sistema.



Acumulador VAW+S.

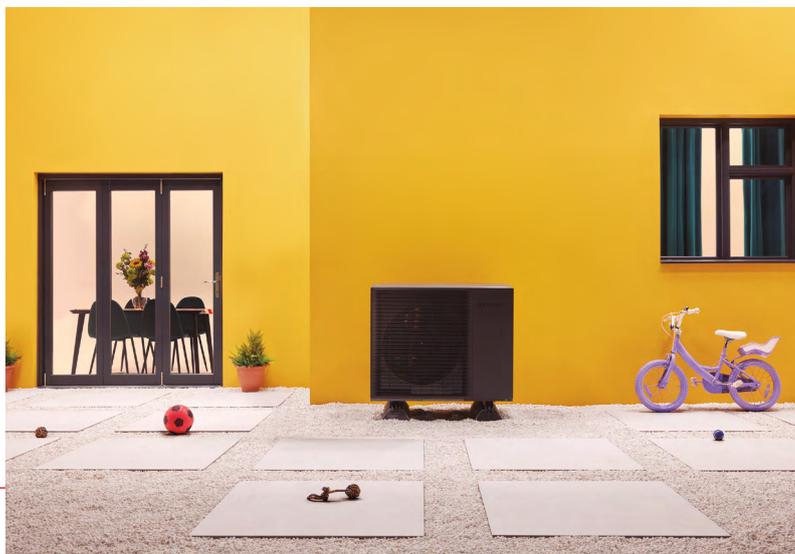


Midea www.midea.es

La nueva aerotermia de Midea con gas R290, M thermal Arctic R290, disponible a finales de año, demuestra el compromiso del fabricante con el medio ambiente. Al usar R290, un propano de gran pureza con un valor ODP (Potencial de Destrucción del Ozono atmosférico) cero, no es perjudicial para el planeta. Gracias a las excelentes propiedades termodinámicas del R290 y a la avanzada tecnología de bomba de calor desarrollada por Midea, con sólo una pequeña cantidad de R290, la bomba de calor M Thermal Arctic muestra un rendimiento extraordinario incluso en las condiciones de frío más extremo.

Samsung www.samsung.com

Como novedad este 2024, Samsung lanza la nueva EHS Mono R290 para calefacción, refrigeración y agua caliente sanitaria. Se trata de equipos compactos de hasta 16kW de potencia que trabajan con refrigerante R290, continuando con la apuesta de la marca por soluciones con muy bajo impacto ambiental. Estas unidades podrán ser combinables con unidades interiores con hidráulica y depósitos de ACS incorporados o soluciones tipo Monoblock, adaptándose así a las diferentes tipologías de instalación existentes

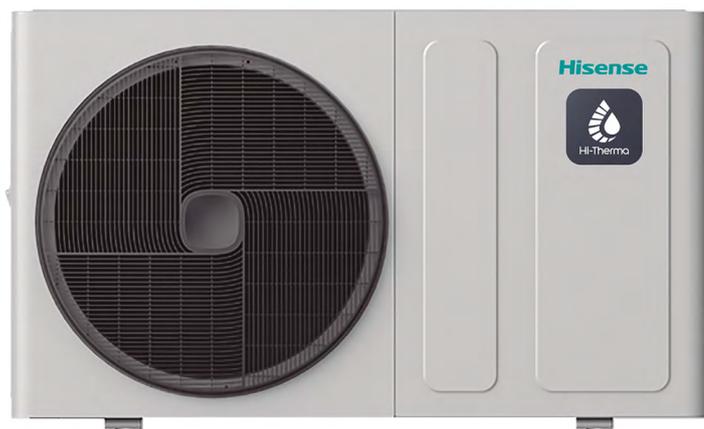


Mitsubishi Electric www.mitsubishielectric.com

La multinacional japonesa cuenta con Ecodan, su tecnología exclusiva de aerotermia que proporciona calefacción, aire acondicionado y agua caliente sanitaria utilizando el aire exterior como fuente gratuita para la climatización, permitiendo ahorrar un 80% en la factura energética.

Los sistemas de aerotermia Ecodan están compuestos por una unidad exterior y otra interior. La exterior utiliza el aire de la calle como fuente gratuita de climatización. La interior distribuye esta energía recibida de la unidad exterior de forma inteligente para climatizar el hogar eficientemente.





Hisense www.hisense-vrf.com

Hisense ofrece tres tipos de soluciones aerotérmicas: Split, Monobloc e Integra. La unidad Hi-Therma Monobloc es un sistema de aerotermia en el que la unidad interior y la unidad exterior se combinan como un solo módulo, lo que garantiza que todas las funciones se realicen con una sola unidad exterior. Por lo tanto, no hay necesidad de trabajos de tuberías de refrigerante ya que la unidad Monobloc situada en el exterior solo esta conectada a las tuberías de agua. Además, el paquete incluye componentes hidráulicos como el intercambiador de calor de placas, el vaso de expansión y la bomba hidráulica.

LG www.lg.com/es

LG Electronics lanza el sistema de aerotermia THERMA V Monobloc R290, que permite climatizar el hogar de manera eficiente y respetuosa con el medio ambiente con un ahorro medio en el consumo energético anual de calefacción, incluso superior al 70% frente a soluciones de calderas tradicionales.

Destaca por su etiquetado energético A+++ a 35°C de impulsión y también A+++ a 55°C de impulsión. Con un rendimiento estacional (SCOP EN 14825) para clima medio de hasta 5,45 y de 6,35 en clima cálido, extrae del aire más del 80% de la energía necesaria para funcionar. Therma V Monobloc R290 puede ser controlado por el usuario desde cualquier lugar mediante el teléfono móvil con la app LG ThinQ.



Vaillant www.vaillant.es

La bomba de calor aire/agua aroTHERM plus es especialmente adecuada para la modernización de sistemas de climatización tradicionales. Sobre todo, su diseño compacto y su sencilla instalación lo convierten en una buena elección para edificios existentes, pero también nuevos. Gracias a su potente refrigerante natural, R290, puede alcanzar altas temperaturas de impulsión de hasta 75 °C, lo que permite que los radiadores existentes sigan funcionando de forma eficiente. El módulo inteligente Energy Manager de Vaillant integra de manera sincronizada la aerotermia y la energía solar fotovoltaica. Con la solución myVAILLANT App, se puede controlar el sistema de aerotermia desde el teléfono móvil.

Los asistentes al Mobile World Congress de Barcelona tuvieron la oportunidad de ver y probar personalmente las últimas tendencias del mercado en telefonía móvil

La IA y el 5G marcan la tendencia en telefonía móvil

El Mobile World Congress regresó entre los pasados 26 y 29 de febrero a la Fira Gran Via de Barcelona mostrando todas las tendencias actuales en **telefonía móvil**, entre las cuales destacan las nuevas aplicaciones de la inteligencia artificial (IA) y la implementación del 5G.

El congreso contó en esta última edición con la participación de algunas de las principales **compañías** desarrolladoras de teléfonos móviles a escala mundial, como Samsung Electronics, Xiaomi, Huawei, OnePlus, Realme, Motorola, Honor o TCL, entre otras.

También, los asistentes al evento tuvieron la oportunidad de ver y probar de primera mano las **características** con las que cuentan los últimos dispositivos móviles de algunas de estas compañías.

Nuevas aplicaciones de la IA generativa

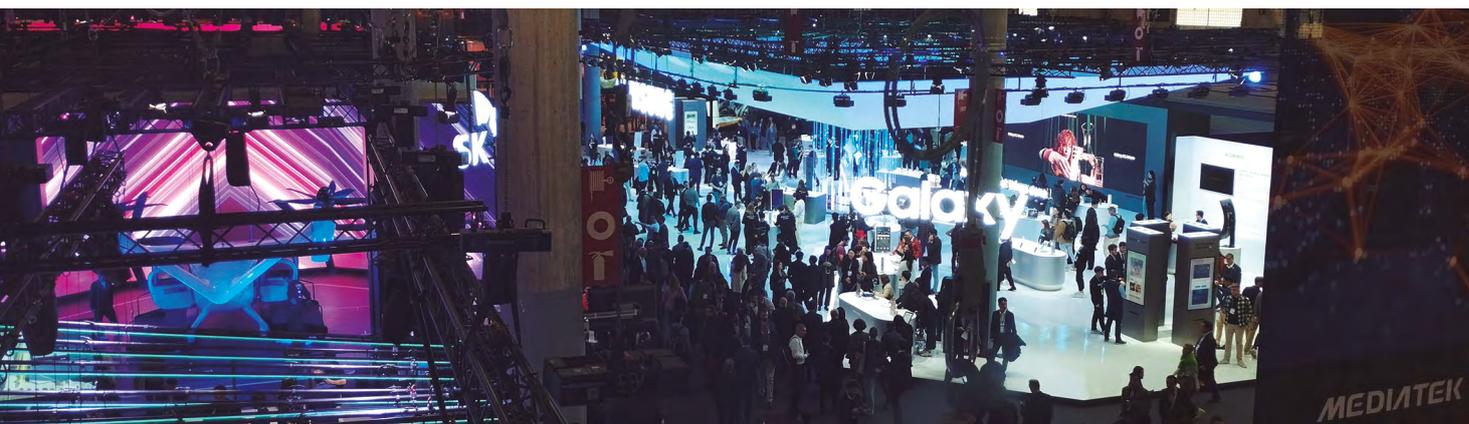
En primer lugar, a lo largo del MWC 2024 se presentaron múltiples modelos de smartphone que utilizan la **IA** para llevar a cabo sus tareas.



La IA generativa, el 5G, los modelos plegables, las **pantallas exteriores** y la implementación de dispositivos para **séniors**, entre las tendencias más destacadas en telefonía móvil.

El ejemplo más destacado es Samsung Electronics, que centró su participación en el MWC 2024 en las innovadoras **funciones** de Galaxy AI, que ha agregado a los smartphones de su nueva serie Galaxy S24, y que ampliará próximamente a los modelos Galaxy existentes, incluidas las series Galaxy Z Fold5, Z Flip y Tab S9, así como a las series Galaxy S23 y S23 FE.

Entre las funciones más destacadas, se halla Live Translate, con la que los usuarios de Galaxy S24 podrán obtener **traducciones** bidireccionales en tiempo real de llamadas telefónicas.



Éxito de asistencia al Mobile World Congress 2024

La edición del Mobile World Congress de 2024, celebrada entre el 26 y el 29 de febrero, cerró sus puertas superando las previsiones de la GSMA, entidad organizadora. En este sentido, la cita recibió más de 101.000 visitantes profesionales de 205 países, el 15% más que en la edición del año pasado. Inicialmente la organización había apuntado que esperaban 95.000 visitantes.

Más de la mitad de los asistentes de la edición de este 2024, en concreto el 51%, eran directivos. Se trata de la mejor cifra desde la edición de antes de la pandemia, en 2019. Igualmente, durante los cuatro días que ha durado el evento, han participado unas 2.700 firmas expositoras y 1.100 conferenciantes en cerca de 260 sesiones. El principal congreso mundial de telefonía ha contado también con la cobertura de cerca de 2.600 periodistas y analistas de la industria de todo el mundo y en su programa ministerial han participado 180 delegaciones de 140 países, incluyendo dos jefes de Estado y 70 ministros. www.mwcbarcelona.com



Mediante Circle to Search con Google, podrán realizar búsquedas rápidas y sencillas con solo **rodear** una imagen o vídeo en cualquier aplicación del dispositivo.

En cambio, Note Assist simplifica y **organiza** textos complejos, mientras que Generative Edit permite que el usuario cambie libremente el tamaño o la posición de los sujetos dentro de las fotos.

Implementación del 5G

Asimismo, este 2024 las empresas tecnológicas siguen apostando por implementar la tecnología 5G a sus teléfonos inteligentes. Tal es el caso de TCL, con el TCL 50 5G; de Honor, con el Honor MagicV2; de Xiaomi, con el Xiaomi 14; de ZTE, con el Nubia Focus Pro 5G; o de OnePlus, con el OnePlus 12.

Los plegables, sinónimo de innovación

Los smartphones **plegables** siguen siendo sinónimo de lujo e innovación para las empresas, y la nueva edición del MWC estuvo plagada de ellos. Compañías como Honor, Motorola, ZTE, Huawei o Tecno han presentado un año más nuevos modelos plegables. Sin embargo, las marcas siguen buscando la forma de **innovar** y darle una vuelta al concepto actual de smartphone plegable.

En esta línea, durante el MWC 2024, uno de los smartphones más buscados y que más dieron que hablar fue un **prototipo** de Motorola con una pantalla pOLED flexible de 6,9 pulgadas capaz de doblarse alrededor de la muñeca.

Pantallas exteriores: lo último en plegables

Por otro lado, muchas compañías han apostado por agregar pantallas **exteriores** a sus smartphones plegables. Algunos ejemplos de ello son el Nubia Flip 5G de ZTE, el Razr 40 Ultra de Motorola o el Phantom V Flip 5G de Tecno. Estas segundas pantallas permiten acceder a algunos de los gadgets básicos del dispositivo y ver las **notificaciones** sin necesidad de desplegar el móvil.

Teléfonos para séniors

Por otra parte, pese al dominio de los smartphones, también continúan apareciendo nuevos teléfonos no inteligentes dirigidos a usuarios **séniors**, para romper la brecha digital, fomentar el envejecimiento saludable y facilitar su vida.

En este sentido, la empresa española SPC anunció en el MWC que a lo largo del año 2024 lanzará un teléfono no inteligente con cobertura **4G** y GPS compatible con la nueva app de ayuda remota para personas mayores SPC Care.





Samsung Electronics www.samsung.com

Una de las novedades más destacadas en smartphones de Samsung Electronics es el Galaxy S24 Ultra, que dispone de las nuevas funcionalidades de Galaxy AI, como Live Translate, Circle to Search, Chat Assist, Note Assist, AI Zoom o Photo Assist.

Además, este nuevo dispositivo cuenta con una pantalla plana de 6,8 pulgadas con tecnología Dynamic AMOLED 2x, una tasa de refresco de 120 Hz, resolución Quad HD+ y 16 millones de colores. La cámara principal, de 200 MP, está equipada con el sistema Tele Quad. También, tiene una capacidad de almacenamiento de 512 GB y una memoria de 12 GB, así como una batería de 5.000 mAh.

Xiaomi www.mi.com

Xiaomi presentó en el MWC 2024 el Xiaomi 14 Ultra, que incluye un módulo de cámara circular en la parte trasera. Esta configuración de cámara cuádruple profesional ofrece un rango de longitudes focales que van desde 12 mm hasta 120 mm.

Asimismo, este modelo tiene una pantalla AMOLED Xiaomi-custom C8 WQWD+ de 6,73 pulgadas, con una gran resolución WQHD+, una densidad de píxeles de 522 ppp, una frecuencia de actualización variable de 1 a 120 Hz y un brillo de 3.000 nits. Igualmente, su parte trasera está compuesta por un marco de aluminio de alta resistencia, cuero vegano nano-tech y el cristal Shield de Xiaomi.



Gigaset www.gigaset.com

El Gigaset CX6 se distingue por ser un smartphone ideado para personas que están en constante movimiento.

Cuenta con carga rápida, de hasta 30 W, un sistema de doble cámara con doble flash LED, un potente procesador octa-core de 2,4 GHz y un diseño elegante y robusto que se combina con un 5G ultrarrápido. En la misma línea, es resistente al agua, a las caídas, a la temperatura, al polvo y a la suciedad gracias al grado de protección IP68 y a su carcasa, que cumple la norma militar MIL-STD 810H. Cuando se sumerge a una profundidad de 1,5 metros, se mantiene protegido durante 30 minutos. También, está avalado con el sello de calidad "Made in Germany".



Honor www.hihonor.com

Entre los lanzamientos de Honor, se encuentra el móvil plegable Honor Magic V2 RSR Porsche Design, con un diseño que recuerda al de un automóvil Porsche y tan solo 9,9 mm de grosor. Su nueva bisagra de titanio, más ligera, posibilita una apertura más suave.

Asimismo, integra una batería de 5.000 mAh, y utiliza el procesador Snapdragon 8 Gen 2, así como el sistema operativo MagicOS 7.2. Por otro lado, las pantallas interior y exterior, de 7,93 y 6,43 pulgadas respectivamente, cuentan con un panel OLED y una tasa de refresco variable de 120 Hz. La cámara principal panorámica de 50 MP se suma a una ultra angular de 50 MP, un teleobjetivo de 20 Mp y una cámara frontal de 16 MP.

TCL www.tcl.com

El nuevo TCL 50 5G fue una de las sorpresas del MWC 2024, gracias a su conectividad 5G. También, este dispositivo tiene una estética cuadrada y plana, con una pantalla de 6,6 pulgadas mejorada con la tecnología Nxtvision, y con una frecuencia de actualización de 90 Hz. Está potenciado por el último chipset MediaTek Dimensity MT6835, y ejecuta el sistema operativo Android 14. En total, ofrece una memoria de 128 Gb + 8 GB y una batería de 5.010 mAh. Además, está mejorado con soporte eSIM. Equipa altavoces simétricos, potenciados por el sonido DTS 3D, y la cámara AI Hybrid de 50 MP.



ZTE www.zte.com.cn

En el caso de ZTE, lanzó el smartphone Nubia Flip 5G, presentado como *“el plegable más barato del mercado”*. El ZTE Nubia Flip 5G cuenta con una pantalla externa desde donde se puede acceder a los gadgets más básicos del dispositivo y a las notificaciones.

Por otra parte, la pantalla interior tiene un tamaño de 6,9 pulgadas, y una tasa de refresco de 120 Hz. Este modelo brinda una batería de 4.310 mAh y una carga rápida de 33 W. Igualmente, cuenta con una cámara dual de 50 MP y una cámara frontal de 16 MP, e incorpora altavoces duales y DTS: X Ultra. Del mismo modo, integra el procesador Snapdragon 7 Gen 1.



OnePlus www.oneplus.com

Por su parte, OnePlus cuenta con el nuevo OnePlus 12R, centrado exclusivamente en el gaming. Se trata del cuarto dispositivo de la serie R de la compañía y el primero que se lanza fuera de China y la India. Este dispositivo incluye una pantalla LTPO 4.0, con un sistema inteligente que permite variar entre frecuencias de actualización de 1 a 120 Hz. Además, la pantalla reacciona a la velocidad de desplazamiento del usuario.

También, el OnePlus 12 utiliza el procesador Qualcomm Snapdragon 8 Gen 2, y tiene hasta 16 GB de RAM LPDDR5X y 256 GB de almacenamiento UFS 4.0. Protegido con Cryo-Velocity, dispone de la batería más grande jamás incorporada en un teléfono OnePlus, de 5.500 mAh.

Motorola www.motorola.es

Motorola llevó al MWC 2024 varios de sus últimos modelos de smartphones, entre los cuales destaca el Motorola RarZR 40 Ultra.

Este dispositivo plegable incorpora una pantalla externa pOLED de 3,6 pulgadas, con una resolución de 1.066 x 1.056 p, una tasa de refresco de 144 Hz y un brillo máximo de 1.100 nits. En cambio, la pantalla interna pOLED de 6,9 pulgadas brinda una resolución de 2.640 x 1.080 p, una tasa de refresco de 165 Hz y un brillo máximo de 1.400 nits. Del mismo modo, tiene una batería de 3.800 mAh, mientras que TurboPower de 30 W proporciona horas de batería con tan solo unos minutos de carga. Integra el procesador Qualcomm Snapdragon 8+ Gen 1.



Oppo www.oppo.com

El nuevo smartphone Oppo A18 llegó en febrero de 2024. Está equipado con una gran batería de 5.000 mAh y el procesador MediaTek Helio G85. Por otro lado, tiene una configuración de 4 GB de RAM y 128 GB de ROM. Asimismo, la tecnología All-Day Charging Protection utiliza IA para aprender los hábitos de carga de los usuarios y programar la carga.

La pantalla Sunlight del smartphone, de 90 Hz y 6,56 pulgadas, alcanza un brillo máximo de hasta 720 nits y minimiza la fatiga ocular mediante la función All Day AI Eye Comfort. Por otra parte, dispone de una cámara principal de 8 MP, una cámara bokeh de 2 MP y una cámara frontal de 5 MP.



SPC www.spc.es

SPC anunció en el MWC 2024 el lanzamiento a lo largo de 2024 del móvil SPC Polaris, el primero compatible con la nueva app de ayuda remota SPC Care. De este modo, este nuevo teléfono móvil es un dispositivo no inteligente, con cobertura 4G y GPS. Como producto integrado en SPC Care, tiene como objetivo acabar con la brecha digital y fomentar el envejecimiento saludable. Mediante SPC Care, los cuidadores podrán acceder a la configuración del SPC Polaris de forma remota, así como activar y desactivar el botón de SOS, proteger a las personas mayores del SPAM y los contactos desconocidos, consultar la localización y mandar recordatorios.

Realme www.realme.com

En cuanto a Realme, el fabricante chino sacó el pasado mes de febrero el nuevo Realme C67. Su diseño superfino de 7,59 mm se combina con un diseño lateral en ángulo C que asegura que el teléfono se adapte a la mano. Por otro lado, este smartphone presenta una cámara de 108 MP con zoom 3x en el sensor, y cuenta con una pantalla de 6,72 pulgadas a 90 Hz, con 16,7 millones de colores y un brillo máximo de 950 nits.

Además, destaca por su gran batería de 5.000 mAh, junto con la carga rápida Supervooc de 33 W. También, el Realme C67 cuenta con el mejor sonido de todos los productos de la serie C.



Sony www.sony.es

Sony, en 2023 lanzó su Xperia 10 V, un nuevo modelo de smartphone con tecnología 5G. Asimismo, dispone de una pantalla OLED de 6,1 pulgadas que ofrece una frecuencia de actualización de 60 Hz, una frecuencia de escaneo táctil de 120 Hz, una resolución FHD+ OLED, DCI-P3 al 100% y Corning Gorilla Glass Victus. Del mismo modo, brinda una batería de 5.000 mAh y un almacenamiento de 128 GB, así como 6 GB de RAM.

En cuanto al sistema de cámaras, incorpora una cámara principal de 48 MP, una cámara gran angular de 8 MP y un teleobjetivo de 12 MP.

El Consumer Electronics Show (CES) culminó su edición de 2024, celebrada del 9 al 12 de enero en Las Vegas, con más de 135.000 asistentes y 4.300 expositores. En este caso, la feria puso el foco en la inteligencia artificial (IA) y su impacto en las expectativas de los usuarios

Más de 135.000 visitantes en **CES 2024**, centrado en la IA

CES celebró su última edición del 9 al 12 de enero de 2024 en Las Vegas (EE.UU.) para presentar las novedades en electrónica de consumo de más de 4.300 marcas expositoras. Allí, más de 135.000 asistentes, entre visitantes profesionales y consumidores finales, se dieron cita para descubrir qué hay de nuevo en un sector que revela siempre un nuevo as en la manga, aunque parezca haber gastado ya hasta el último cartucho.

Según las cifras de la organización, más del 40% de los asistentes eran internacionales, con representación total en el evento de 150 países. Por su parte, los expositores se reunieron en un espacio de exhibición de más de 762.000 metros cuadrados, un 15% más grande que en la feria de 2023.

El CES 2024 contó con la zona **Eureka Park**, con la presencia de más de 1.400 *start-ups* tecnológicas. Incluyeron pabellones específicos para Francia, Italia, Israel, Japón, Corea del Sur, Países Bajos y Ucrania. Además, un 60% de las compañías que formaron parte de la feria tecnológica están incluidas en la lista Fortune 500.

En total, tuvieron lugar más de 250 sesiones con más de 1.000 conferenciantes. Por su parte, el programa de *Premios a la Innovación CES 2024* recibió más de 3.000 candidaturas, e incluyó la inteligencia artificial (IA) como una nueva categoría. Asimismo, el show destacó la presencia de más de 5.000 creadores de contenido y medios de comunicación de todo el mundo. Así, durante los cuatro días de feria se crearon más de 25.000 contenidos multimedia, que generaron más de 160.000 millones de impresiones online.



Resurgimiento del CES

Gary Shapiro, presidente y director ejecutivo de Consumer Technology Association (CTA), habló sobre la firme vuelta de los eventos presenciales. "El resurgimiento de CES demuestra que las conversaciones cara a cara son una necesidad, también para la industria de la tecnología", destacó Shapiro.

"Durante más de 20 años, siempre he dicho que toda empresa debe convertirse en una empresa tecnológica, y la diversidad de expositores en CES 2024 lo demuestra. Asimismo, las conferencias han abarcado todo el ecosistema tecnológico", añadió el presidente.

Por su parte, Kinsey Fabrizio, vicepresidente del CES y miembro de la CTA, comentó el papel de este tipo de salones en la industria:



El CES 2024 sigue aumentando su número de visitantes, así como la cifra de expositores y el espacio de exhibición.

“A lo largo de la feria, miles de marcas globales anunciaron nuevas visiones, productos, inversiones y asociaciones. La tecnología está resolviendo desafíos globales y estamos entusiasmados de ver que tantas colaboraciones y asociaciones comienzan aquí, en Las Vegas. Producimos un espectáculo donde los asistentes vienen a encontrarse, soñar y descubrir cosas nuevas, y estamos orgullosos de ello”.

Los temas más destacados de esta edición del CES fueron nuevamente la inteligencia artificial junto con el compromiso con la sostenibilidad de las marcas.

En cuanto a la **inteligencia artificial**, se habló del potencial de la IA para mejorar los servicios y productos, con aplicaciones de vanguardia que “transformarán el modo en el que nos comunicamos, hacemos negocios y cuidamos unos de otros”. De la misma forma, la feria siguió potenciando la campaña mundial *Human Security for All*, situando el acceso a la tecnología como octavo pilar para garantizar la igualdad para todos.

Asimismo, se trataron temas como las capacidades y tendencias de la IA, su integración en las industrias del entretenimiento y el uso que le dan las compañías para definir y ejecutar sus estrategias de marketing en redes sociales. Pero también se debatió su utilización para construir un mundo más sostenible y seguro y sus posibles aplicaciones en la medicina.

En este sentido, varias charlas y ponencias hablaron de estas tecnologías aplicadas al ámbito de la salud, con innovaciones como



“La tecnología está resolviendo **desafíos globales** y desde el CES y su organización estamos entusiasmados de ver que tantas colaboraciones y asociaciones comienzan aquí, **en Las Vegas**”

la terapia digital, la tecnología del sueño, aplicaciones en la salud de la mujer y la telemedicina.

Compromiso con la sostenibilidad

Por otro lado, las marcas presentes en el CES 2024 reivindicaron su compromiso con el planeta, a través de tecnologías, productos y servicios que reduzcan las emisiones y residuos, así como la racionalización de la electrificación y el desarrollo de fuentes de energía renovables. Además, participaron más de 600 expositores del sector de la automoción y la movilidad, para presentar el futuro de los vehículos autónomos, eléctricos, la micromovilidad, los vehículos definidos por software e incluso los vehículos voladores.

La organización aprovechó para anunciar la próxima edición del CES, que se celebrará del 7 al 10 de enero de 2025 en el Centro de Convenciones de Las Vegas.

<https://www.ces.tech/>



Hisense www.hisense.es

La firma presentó en CES 2024 nuevos modelos de televisores para incorporar a su amplia gama de Smart TV. Destaca el 110UX, que recibió el Premio a la Innovación CES. Se trata de un televisor Mini LED de grandes dimensiones, con 110 pulgadas y pico de brillo de hasta 10.000 nits. Otros modelos de la gama son el 98UX, con potencia de 5.000 nits y diseñado para ofrecer una calidad de imagen cargada de matices; así como el 75UX, que resalta por ser el Mini LED de Hisense más delgado, midiendo menos de 14 milímetros de profundidad.

Panasonic www.panasonic.com/es

La firma japonesa apostó también por los televisores, en este caso con su gama OLED. Los nuevos modelos Z95 y Z93 integran Fire TV, ofreciendo una pantalla de inicio que reúne servicios de streaming, aplicaciones, canales en directo y recomendaciones personalizadas. Ambas novedades ofrecen una calidad de imagen y sonido superior gracias a un nuevo procesador HCX Pro AI MK II y a un panel más brillante. La tecnología Dolby Vision IQTM Precision ofrece mejoras de imagen y brillo superiores, y la tecnología 360 Soundscape Pro, ajustada por Technics, está diseñada para garantizar un sonido envolvente 3D que lleve el entretenimiento a un nuevo nivel.



Acer www.acer.com/es-es

En este caso, Acer presentó novedades destacadas con inteligencia artificial: la gama de portátiles Swift Go AI, equipados con procesadores intel Core Ultra. Los modelos Acer Swift Go 16 y Swift Go 14 incorporan Intel AI Boost con aceleración de IA de bajo consumo e Intel Arc GPU1, e incluyen características como Microsoft Copilot, de Windows, la reducción de ruido de Acer PurifiedVoice 2.0 y la tecnología de mejora de vídeo Acer PurifiedView. Estos dos nuevos modelos están diseñados para ofrecer rendimiento de primera calidad y duración de batería de más de 12 horas.

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

La firma de equipos de red y conectividad presentó nuevos sistemas de WiFi 7 Mesh decorativos, con la gama Deco BE95, que más allá de ser un router WiFi sirve como elemento de decoración en el hogar, discreto y que pasa desapercibido. Redes WiFi de cuatro bandas de 16 flujos de 33 Gbps y red de 10 Gbps sin precedentes. Permiten conectar un backhaul inalámbrico y por cable con cada unidad simultáneamente para mejorar el rendimiento general y reducir la latencia. Incluyen TP-Link HomeShield para ofrecer protección integral de la red, controles parentales sólidos y seguridad de IoT.





Sony www.sony.es

Las novedades de Sony fueron muchas y variadas, aunque destacó su nuevo casco VR, con NX Immersive Designer, creado en colaboración con Siemens. Cuenta con dos microlentes OLED para garantizar una elevada calidad de imagen a través de resolución 4K, así como un par de mandos optimizados para una interacción intuitiva con objetos 3D y posicionamiento exacto. El software NX de Siemens presenta una interacción tridimensional precisa y una fuerte fidelidad visual. El casco VR de Sony acabará de desarrollarse este año y está previsto que llegue al mercado a finales de 2024.

Samsung www.samsung.com/es

La marca surcoreana también apostó por novedades en imagen y vídeo en CES 2024, pero en este caso con un nuevo proyector: The Premiere 8K. Se trata de un proyector láser con proyección en pantalla de hasta 150 pulgadas y que incluye la primera transmisión 8K inalámbrica del mundo. Ofrece la misma pantalla ultragrande que generaciones anteriores, en una distancia ultracorta entre proyector y superficie y con una resolución aún mayor. Gracias a este dispositivo, los usuarios podrán disfrutar de una experiencia visual a gran escala en una calidad incomparable, desde casa.



TCL www.tcl.com/es/es

Más allá de las novedades en producto, TCL hizo énfasis en su nueva tecnología avanzada TCL NxtPaper 3.0, la última generación de su tecnología de pantalla. Filtra la luz azul dañina de las pantallas en un 61% y conserva la nitidez de la imagen, los colores vibrantes, el contraste y el movimiento natural. Las nuevas pantallas con dicha tecnología incorporan filtro polarizador circular (CPL) que simula el recorrido de la luz natural, para simular la apariencia del papel en la pantalla. Se podrá ver en las nuevas tablets Nxtpaper 14 Pro y Tab 10 NxtPaper 5G, así como en algunos modelos de smartphone.

Roborock es.roborock.com

La firma especializada en robots de limpieza Roborock presentó la serie S8 Max, la más avanzada hasta ahora, con el modelo MaxV Ultra y Max Ultra. Como gran novedad en este segmento de producto, incorpora un brazo robótico para la limpieza de esquinas y bordes en su cepillo lateral, conocido en la marca como FlexiArm Design. Cubre las esquinas con una precisión y eficiencia superior al 99%. Asimismo, cuenta con un sistema de fregona giratoria Extra Edge. Otra destacada característica es RockDock Ultra, que consigue que el robot utilice agua y aire caliente con capacidad inteligente de lavado y refregado de la mopa.



La principal feria europea de electrónica de consumo y electrodomésticos, la IFA, que se celebra cada año en la capital alemana entre finales de agosto y primeros de septiembre, alcanzará un hito histórico en su próxima edición: su 100 cumpleaños

La feria **IFA de Berlín** celebra su centenario este **2024**

En un sector tan cambiante como el de la tecnología y en un mercado tan competitivo como el de los grandes eventos feriales, llegar a cumplir 100 años es algo digno de admiración. En los muchos años que desde SONITRÓN venimos cubriendo y asistiendo a la cita berlinesa, hemos sido testigos de la evolución de la muestra, como el cambio de periodicidad a su actual status anual (antes de 2006 se celebraba cada dos años), la incorporación de los sectores de electrodomésticos de línea blanca y PAE (en 2008), o el más reciente cambio en la entidad responsable de la organización del certamen, la empresa IFA Management GmbH, una nueva empresa conjunta formada por la asociación de fabricantes gfu junto a Clarion Events y que se encargó ya de la pasada edición de 2023.

De cara a la IFA 2024, prevista del 6 al 10 de septiembre, también hay cambios, ya que a finales de 2023 la feria comunicó el nombramiento de Leif Lindner como nuevo Director General de IFA Management GmbH, en sustitución de Oliver Merlin.



Leif Lindner, nuevo responsable de la organización de IFA.



La IFA 2024, prevista en Berlín del 6 al 10 de septiembre, será la del centenario de la feria, todo un logro que buscará poner en valor, además de potenciar la interacción con los consumidores finales y de promover la sostenibilidad del sector en su conjunto.

Centenario

Como explica Lindner, de cara al centenario de la feria, se pondrá en valor la trayectoria de IFA, con todas las experiencias que se han recogido y la herencia que deja para la nueva organización. "Priorizaremos calidad por encima de cantidad y nos centraremos en los temas de tendencia del momento. Ahora mismo, el tema más potente es la inteligencia artificial, pero nada nos asegura que siga siéndolo en septiembre. Probablemente sí, pero tenemos que estar preparados en un mundo en constante cambio", señala el nuevo CEO de la empresa organizadora.

Asimismo, el principal responsable del salón, también destaca los grandes atractivos que tiene la feria: "Es interesante tanto para retailers como para consumidores. Esto se debe a que es la feria de la innovación. La IFA muestra lo más nuevo y establece las tendencias que todavía están por llegar, que es lo que nos ha llevado a ser la feria de electrodomésticos más grande de Europa".

Datos de la IFA 2023

En su pasada edición, en 2023, primera bajo el mandato de la nueva organización y libre completamente de los efectos de la pandemia que afectó a las ediciones anteriores, la IFA de Berlín reunió a 2.285 empresas expositoras sobre una superficie de 130.000 metros cuadrados y a 182.000 visitantes de un total de 139 países. Recordemos que la IFA de 2019, antes del COVID, registró 245.000 visitantes.

La edición de 2023, además de las novedades a nivel de gestión, contó con nuevas zonas experimentales, con un hub dedicado a la robótica, la ampliación del Sustainability Village y nuevas actividades en zonas exteriores, como showcookings y áreas de co-working. Presentaron también nuevas colaboraciones, con los clubs de fútbol Union Berlin y Victoria Berlin.

Para seguir cautivando a sus asistentes, la organización tiende hacia la internacionalización. "Reunimos cada vez más expositores de todas partes del mundo, como los Estados Unidos, China o India. Esto nos ayuda a introducir nuevos temas de interés en el evento".

Foco en los consumidores finales

Lindner, que enmarca el centenario de la IFA con una nueva era para la feria, se refiere a varios aspectos clave que estarán muy presente en la edición de 2024 y en las siguientes. Para el directivo, las claves de esta nueva era son "lo experiencial, la innovación y el entretenimiento. Hay que ofrecer lo que quiere la gente, y la gente quiere espectáculo, nuevas experiencias" - asegura.

Para ello, impulsarán una nueva iniciativa llamada "IFA 100° moments", con actividades in situ que involucren al visitante, como una lavandería pop-up para descubrir innovaciones en lavado y en materia de sostenibilidad, o un espresso bar donde probar lo último en cafeteras. También proponen experiencias de compra en el metaverso desde una tienda real en el centro de Berlín, con muchas otras innovaciones.

Sobre el visitante retailer, Lindner ha dicho que valoran muy positivamente la comunicación B2B de la feria y las oportunidades de networking que se generan en IFA, por lo que continuarán los esfuerzos para seguir potenciando este ámbito.

Otro valor añadido de la feria, según el nuevo CEO, es la posibilidad de tocar y experimentar con los productos en persona. "La gente ha echado de menos la interacción real, ver los productos físicamente después de los meses de pandemia y confinamiento.



Esto nos confirma que el futuro no es digital, sino omnicanal. Es importante saber combinar las ventajas de los eventos físicos con las innovaciones que añade un entorno digital".

Sostenibilidad

Como no podía ser de otra manera, la sostenibilidad volverá a estar muy presente en la IFA 2024. Sin embargo, sin querer ofrecer más detalles, Leif Lindner avanza que se tratará de una forma diferente, ya que considera necesario renovar el concepto y entender que hay que aplicar medidas en conjunto.

Lindner también apuesta por transmitir el mensaje de concienciación medioambiental juntos como sector. "La feria debe actuar como motor y dedicar todos los espacios que pueda a ello, sin separarlo del resto de temas clave", explica el nuevo CEO de IFA.

www.ifa-berlin.com

Cecotec se une a Gamergy

La compañía española Cecotec apostó por el mundo de los videojuegos, los esports, el ocio y el entretenimiento asociando su nombre al del popular evento del sector Gamergy, que en su edición de 2023, celebrada entre los pasados 15 y 17 de diciembre, pasó a llamarse Gamergy by Cecotec.



Retail Forum vuelve en marzo de 2024 con su 12ª edición

Retail Forum, el evento de retail organizado por iKN Spain, ha anunciado que regresará el próximo 21 de marzo con su 12ª edición, que acogerá el Centro de Convenciones Norte IFEMA de Madrid. Desde la organización del congreso, se prevé la participación de más de 1.500 asistentes, más de 120 speakers y más de 70 patrocinadores. Asimismo, esta nueva edición ocupará una zona de exposición de más de 1.000 m².

Ingram Micro regresa en octubre a Fira Barcelona con su 21º Simposium

Ingram Micro ha anunciado la fecha de su 21º Simposium, que tendrá lugar el próximo jueves 10 de octubre en la Fira Barcelona Gran Vía, sede que estrenó el año pasado. Además, el distribuidor de servicios y soluciones IT ha informado de que en esta nueva edición de la feria espera recibir a más de 2.500 profesionales. Asimismo, la compañía prevé contar con un centenar de expositores en el evento, incluyendo las principales marcas de tecnología del momento, para mostrar las novedades del sector. Por otro lado, el lema de la 21ª edición del Simposium de Ingram Micro será «Redefiniendo la distribución».

Ufesa presenta novedades en Ambiente 2024

Ufesa presentó sus novedades en la última edición de la feria europea de bienes de consumo Ambiente, que tuvo lugar en Frankfurt (Alemania) entre el 26 y el 30 de enero de 2024. Entre los nuevos lanzamientos de la marca de pequeños electrodomésticos, se encuentran categorías como las cafeteras, las freidoras de aire y las batidoras. Ambiente 2024 reunió un total de 4.928 expositores y aproximadamente 140.000 visitantes.



AECOC anuncia fecha para su Congreso Anual del sector electro

La Asociación de Fabricantes y Distribuidores AECOC ha anunciado fecha para su próximo Congreso Anual de Bienes Tecnológicos de Consumo, que celebrará su 14ª edición el 19 de junio de 2024 en Madrid.

El evento analizará la actualidad y tendencias del sector electro, clave en un escenario económico de máxima incertidumbre. El congreso quiere posicionarse como el principal punto de encuentro y colaboración entre fabricantes y distribuidores de todas las categorías y canales.



SOGO®

Human Technology

OLLAS DE COCCIÓN LENTA



SS-10795

5.5L



SS-10705

3L

RECIPIENTE DE COCCIÓN DE CERÁMICA



OLLAS A PRESIÓN MULTIFUNCIÓN

OLLA DE ALUMINIO CON CAPA ANTIADHERENTE



SS-10610

6L



SS-10605

6L



Marzo

10/12

Düsseldorf (Alemania)

PROWEIN

Feria relacionada con el sector del vino.

Incluye vinotecas y electrodomésticos para su conservación.

www.prowein.es

12/15

Milán (Italia)

MCE

Mostra Convegno Expocomfort es una feria de calefacción, aire acondicionado, ventilación y energías renovables.

www.mcexpocomfort.it

14/17

Shanghai (China)

AWE

Appliance and Electronics World Expo, feria de electrodomésticos y productos electrónicos.

<https://en.awe.com.cn/>

19/22

Frankfurt (Alemania)

PROLIGHT+SOUND

Feria internacional de tecnologías de iluminación y sonido.

pls.messefrankfurt.com

19/22

Las Vegas (EE.UU.)

CREATE+CLEAN EXPO

Feria de los sectores de limpieza y costura.

<https://vdta.swoogo.com>

23/25

París (Francia)

IECIE x VAPEXPO

Feria del cigarrillo electrónico.

www.iecie.com

Abril

07/09

Shanghai (China)

CHINA REFRIGERATION EXHIBITION

Feria internacional de refrigeración, aire acondicionado, calefacción y ventilación.

www.cr-expo.com/en/

09/27

Londres (Reino Unido)

LONDON GAMES FESTIVAL

Cita del sector mundial del videojuego, tanto de la industria como de jugadores

<https://games.london/>

11/14

Hong Kong (China)

GLOBAL SOURCES CONSUMER ELECTRONICS

Feria de fabricantes y distribuidores de electrónica de consumo.

www.globalsources.com/trade-fair/hongkongshow/ce

13/16

Hong Kong (China)

HONG KONG ELECTRONICS FAIR (Edición Primavera)

Feria de electrónica de consumo y electrodomésticos.

<https://www.hktcdc.com>

16/21

Milán (Italia)

FTK

FTK-Technology For the Kitchen es la feria bienal de electrodomésticos de encastre que se celebra junto con Eurocucina y el Salón del Mueble de Milán.

www.salonemilano.it

16/18

Moscú (Rusia)

EXPO ELECTRÓNICA

Feria internacional de electrónica: componentes, tecnologías, materiales y equipos

<https://expoelectronica.ru/en/>

24/26

Seúl (Corea del Sur)

EMK

Electronics Manufacturing Korea, feria para fabricantes de productos electrónicos.

www.electronicckorea.com

Mayo

01/03

Seúl (Corea del Sur)

ELECTRIC POWER TECH KOREA

Salón de material eléctrico, iluminación y baterías.

www.electrickorea.org

04/07

Seúl (Corea del Sur)

SOFURN & LIFESHOW

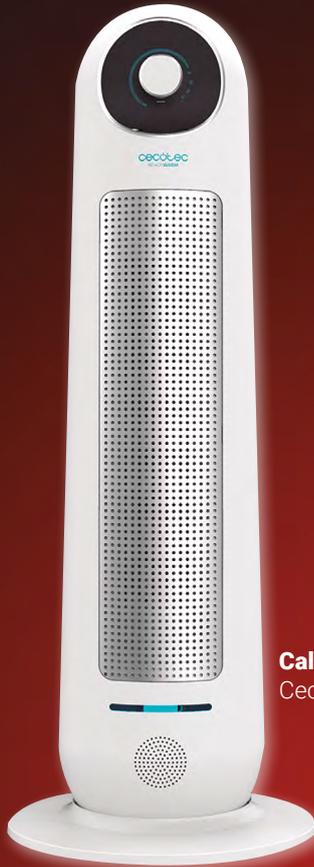
Feria de interiorismo, muebles y electrodomésticos.

sofurn.or.kr

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.



Batidoras
Moulinex



Calefactores
Cecotec



Lavadoras
Samsung



Aspiradores
Dyson



Frigoríficos
Samsung



Cafeteras
De'Longhi



Freidoras de aire
Cosori

NOTA: En estas páginas se muestran las marcas más buscadas en Google durante los tres últimos meses de cada categoría de producto. La imagen de producto que aparece acompañando a cada marca es, por tanto, únicamente un recurso estético y para nada se corresponde con el modelo más buscado.



Teléfonos móviles
Samsung



Televisores
Xiaomi



Secadores de pelo
Dyson



Secadoras
Bosch



Ordenadores portátiles
HP



Robots de cocina
Cecotec



Lavavajillas
Balay

NOTA: En estas páginas se muestran las marcas más buscadas en Google durante los tres últimos meses de cada categoría de producto. La imagen de producto que aparece acompañando a cada marca es, por tanto, únicamente un recurso estético y para nada se corresponde con el modelo más buscado.



SOMOS AGENTES DIGITALIZADORES

HASTA
12.000€
PARA TU NEGOCIO

PÁGINAS WEB
TIENDAS ONLINE
REDES SOCIALES
GOOGLE ADWORDS



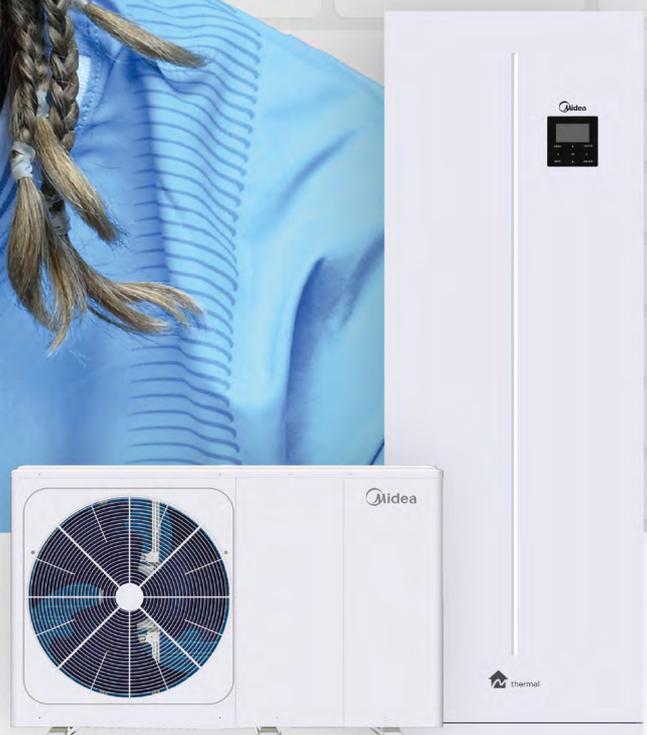
OFFICIAL PARTNER

ERLING HAALAND
EMBAJADOR OFICIAL MIDEA



*En comparación con otros sistemas de calefacción convencionales de combustión fósil.

HASTA
80%
AHORRO
ENERGÉTICO*



MIDEA AEROTERMIA

Distribuida por frigicoll