

# sonitrón

449 / Segundo trimestre 2024

sonitron.net

La **IA**, clave para mejorar la experiencia de compra y aumentar las ventas

La cocina sana se consolida y crece en el **mercado del PAE**

Los productos para el **cuidado del cabello** siguen al alza

La **movilidad green** continúa ganando adeptos

## cecotec

### Serie Doble Z. Vive la aventura.

Doble motor.  
Doble suspensión.  
Doble emoción.



### Descubre la gama que doblará tus ventas

¿Quieres ser nuestro distribuidor?  
[partners@cecotec.es](mailto:partners@cecotec.es)



# SOGO®

Human Technology

## PREPÁRATE PARA EL VERANO

Dile adiós al calor, da la bienvenida a la comodidad



SS-12010W

Mini enfriador y  
dispensador de agua



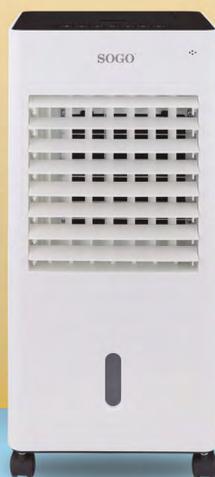
SS-1287

Aire acondicionado portátil



SS-21080

Climatizador de aire portátil



SS-1296

Aire acondicionado portátil



SS-21085

Mini climatizador de aire





449



**:DGM**

**Dirección editorial**  
[direccion@doriagm.com](mailto:direccion@doriagm.com)

**Dirección publicidad**  
 Luisa Perales • [l.perales@doriagm.com](mailto:l.perales@doriagm.com)

**Redactor jefe**  
 Javier Gómez • [javier.gomez@doriagm.com](mailto:javier.gomez@doriagm.com)

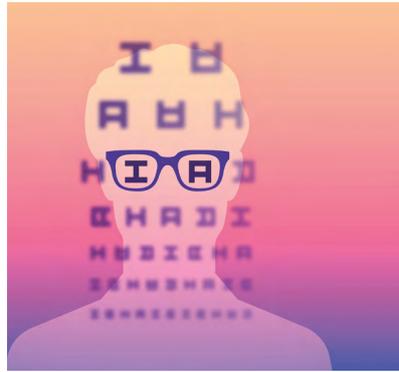
**Redacción**  
 Lola Catalan • [lola.catalan@doriagm.com](mailto:lola.catalan@doriagm.com)  
 Pau Hernández • [pau.hernandez@doriagm.com](mailto:pau.hernandez@doriagm.com)

**Dirección arte / diseño**  
 Xavier Lanzas • [xavi@doriagm.com](mailto:xavi@doriagm.com)

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

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

[sonitron.net](http://sonitron.net)  
[sonitron@sonitron.net](mailto:sonitron@sonitron.net)



■ 4 EDITORIAL

¡Madre mIA!

■ 6 ON / OFF

■ 8 CURIOSIDADES

■ ACTUALIDAD

10 Nace Beko Europe para materializar la integración de Whirlpool

12 Menos facturación para el Grupo BSH en 2023

14 La nueva etapa de Worten: "Somos un e-commerce especialista en gama blanca"

16 MediaMarkt celebra sus 25 años en España

18 La IA, clave para mejorar la experiencia de compra y aumentar las ventas

24 Breves

■ PRODUCTO

27 Nuevos frigoríficos Multidoor XXL de Siemens

28 La cocina sana se consolida y crece en el mercado del PAE

38 Los productos para el cuidado del cabello siguen al alza

44 La movilidad green continúa ganando adeptos

■ FERIAS

50 Electrodomésticos con IA y sostenibilidad, lo visto en EuroCucina 2024

56 IFA Berlín renueva su logotipo e imagen por su centenario

57 Breves

■ 58 CALENDARIO



## ¡Madre mIA!

La inteligencia artificial (IA) viene a revolucionar el comercio, con innovaciones que optimizan procesos, personalizan experiencias y abren nuevas oportunidades de negocio. Por eso, en el presente número de SONITRÓN hemos querido analizar este fenómeno que ha venido para quedarse y evolucionar mucho más allá.

Así, entre las ventajas que la IA puede aportar al comercio figura la automatización de tareas manuales y repetitivas, como la atención al cliente básica, el procesamiento de pedidos y la gestión de inventario. Esto libera a los empleados para que se centren en actividades más estratégicas y de mayor valor añadido.

Igualmente, la IA puede analizar grandes conjuntos de datos de ventas, comportamiento del cliente y tendencias del mercado para identificar patrones y realizar predicciones. Se trata de una información muy valiosa para la toma de decisiones por parte de las empresas sobre estrategias de marketing, gestión de stocks, fijación de precios y desarrollo de productos. Con todos los datos recopilados por la IA también se puede

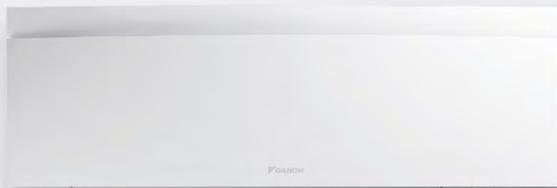
ofrecer una experiencia de compra mucho más personalizada a los clientes, lo que aumenta su grado de fidelización.

Asimismo, chatbots impulsados por IA pueden proporcionar asistencia al cliente las 24 horas, respondiendo a preguntas frecuentes, resolviendo problemas básicos y realizando recomendaciones personalizadas. Del mismo modo, la IA puede optimizar la gestión de la cadena de suministro mediante la predicción de la demanda, la automatización de procesos logísticos y la identificación de rutas de envío más eficientes, lo que garantiza entregas más rápidas y precisas.

Además, en el comercio electrónico, la IA puede detectar patrones extraños en operaciones y comportamiento de los usuarios. De esta manera, puede ayudar a prevenir el fraude, proteger los datos y garantizar la seguridad. Y todo esto, según la propia IA.

Por todo ello, considerar la IA en nuestros negocios no es ya una opción, es un requisito indispensable.

**DAIKIN**  
aeroterminia



**Este verano  
no te la juegues**



Ahórrate la  
ola de calor  
por menos de

**1€**  
al día

## **Daikin es Aeroterminia**

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

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

[www.daikin.es](http://www.daikin.es)

ON 

La Fundación Ecolec premiará a 75 establecimientos #GreenShop de toda España con los distintivos Oro y Plata por su compromiso con el reciclaje de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) y el medio ambiente. De este modo, la entidad ya ha abierto las candidaturas para optar a ser un establecimiento #GreenShop Oro o #GreenShop Plata a través de su página web oficial.

Entre los criterios que se tendrán en cuenta para la concesión de estos reconocimientos figura el grado de vinculación del punto de venta tanto con la iniciativa #GreenShop como con la conversación sobre el medio ambiente. Los galardonados se conocerán el próximo 5 de junio, coincidiendo con el Día Mundial del Medio Ambiente.

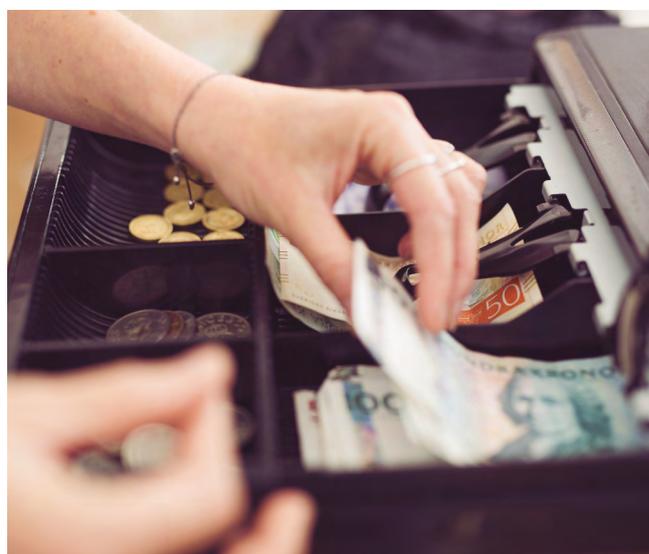
“Queremos volver a reconocer de una manera singular a todos esos puntos de venta de cercanía que tienen un compromiso real con la economía circular, el desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente y que además facilitan a sus vecinos el reciclaje de este tipo de residuos”, ha declarado Luis Moreno, director general de la Fundación Ecolec.

El programa #GreenShop, puesto en marcha en 2017 por Ecolec, cuenta actualmente con más de 1.000 establecimientos adheridos en 16 comunidades autónomas. Su objetivo es realizar una gestión ambiental responsable de los residuos derivados de la actividad comercial de las tiendas de electrodomésticos.

El salón Expohogar ha informado de que ha detectado diversas problemáticas que generan una creciente preocupación en el sector comercio y que ya están provocando incluso el cierre de tiendas. Estas preocupaciones han surgido en diferentes reuniones con expositores de los sectores representados en el salón, y se han señalado también en varios estudios realizados este último año por las entidades que colaboran con la feria.

En primer lugar, desde Expohogar han apuntado que, aunque la venta online es necesaria, existen plataformas de comercio electrónico que alteran la cadena de comercio, creando una segunda línea de venta de la propia marca, que genera competencia desleal. Pese a que este modelo aporta un mayor beneficio económico para la marca, se sacrifica a medio y largo plazo lo tradicional de la misma. Entre los sectores más afectados por esta situación, se hallan los de artículos para el hogar y ocio, textil y complementos. Del mismo modo, Expohogar ha contrastado este hecho con estudios elaborados por el Colegio Oficial de Agentes Comerciales de Barcelona (COACB) y los gremios de Catalunya, donde se destaca que más del 50% de los comercios tiene esta afectación en sus ventas, mientras que más del 30% está pasando límites de sostenibilidad de negocio.

En este sentido, según la Confederación Española de Comercio, en 2023 el número de empresas activas con menos de 10 asalariados en el comercio de proximidad bajó en 35.527 respecto al año anterior. Unos 97 establecimientos menos por día.

Off 

# DESCUBRE **INFINITY | G1 EDITION**

Corazón alemán, diseño italiano



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

**Teka e Italdesign Giugiaro.**

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



Donde se cocina la vida


**Wacom Movink** [www.wacom.com](http://www.wacom.com)

Wacom, referente en tecnología de lápiz digital, ha lanzado al mercado Wacom Movink, el primer monitor interactivo OLED diseñado y desarrollado para profesionales creativos, artistas digitales y estudiantes de diseño. El nuevo producto combina la experiencia del lápiz profesional Wacom Pro Pen 3 con una brillante pantalla OLED Full HD de 13,3 pulgadas en un dispositivo portátil superfino, ultraligero y sumamente versátil. El monitor es compatible con la mayoría de los sistemas operativos. Su precio es de 849,90€ y está disponible en la eStore de Wacom, así como en algunos distribuidores de la marca para clientes empresariales y educativos.

**Ninja Woodfire Pro Connect XL** <https://riverint.com>

SharkNinja presenta su primera barbacoa inteligente, la Ninja Woodfire Pro Connect XL Electric BBQ Grill & Smoker, su parrilla y ahumador más avanzado hasta la fecha. Este nuevo modelo, de mayor capacidad, incluye conectividad WiFi/Bluetooth y la app Ninja Pro Connect. Así, se puede programar en remoto el inicio de la preparación y recibir notificaciones del estado de cocción en tiempo real, así como acceder a toda una serie de instrucciones y vídeos sobre el uso de la parrilla. Con un 30% más de capacidad que el modelo anterior, puede cocinar 10 hamburguesas o 6,8 kg de carne a la vez. Incluye siete funciones: parrilla, asar, ahumar, freír con aire, hornear, recalentar y deshidratar. También cuenta con un termómetro incorporado, lo que permite cocinar y programar simultáneamente dos tipos distintos de carne en dos niveles de cocción diferentes. Tiene un precio de 449,99 euros.


**Clip Bike** <https://clip.bike/>

Clip Bike es un dispositivo plug – and – play que convierte sin esfuerzo y de manera rentable cualquier bicicleta en eléctrica, sin necesidad de realizar una preinstalación o adquirir una nueva. Clip es compatible con los 2.000 millones de bicicletas que circulan en todo el mundo y facilita los desplazamientos sin fatiga ni cansancio. Clip resultó finalista de la categoría Movilidad Sostenible de la séptima edición de los Premios a la Innovación Social de Fundación MAPFRE. Se trata de un dispositivo portátil, ultraligero y compacto, que se puede cargar en solo 60 minutos y proporciona una velocidad de hasta 24 km/h y 20 kilómetros de autonomía a un precio de 499 dólares, cuatro veces menos que una bici eléctrica. Sus creadores son Som Ray, diseñador del Instituto de Movilidad de Massachusetts (MIT), y el emprendedor social Clem de Alcalá.

**LG Cinebeam Q** [www.lg.com/es](http://www.lg.com/es)



El nuevo LG CineBeam Q (HU710PB) es un proyector 4K portátil, compacto y fácil de utilizar tanto en espacios interiores como exteriores. Su formato compacto, su ligereza, su soporte giratorio de 360 grados que hace las veces de empuñadura y la función de ajuste automático de su pantalla lo convierten en la opción ideal para montar un cine de verano en el jardín de casa o para integrarlo perfectamente en cualquier estancia interior del hogar gracias a su diseño minimalista. Puede proyectar impresionantes imágenes de resolución 4K UHD de hasta 120 pulgadas, vibrantes y vívidas, con una notable relación de contraste de 450.000:1 y una cobertura media del 154% de la gama de colores DCI-P3. Cuenta con ajuste automático de pantalla, por lo que la función de enfoque automático optimiza la ubicación y el tamaño de la imagen sin tener que cambiar la configuración. Su función de mapeo Light Drawing ambienta los espacios con atractivas proyecciones decorativas y una iluminación ambiental agradable y relajante.

**Ventura Car** <https://dejavubrands.com>

Ventura Car es un exclusivo difusor de fragancias para el coche, con 11 perfumes disponibles. Mediante una sencilla conexión USB al vehículo, el difusor de perfume Ventura Car está pensado para ser colocado en el hueco de las bebidas, junto al reposabrazos del asiento delantero del coche. Una vez conectado, solo hay que regular la intensidad del perfume y el dispositivo emitirá la fragancia. Las fragancias y el difusor Ventura Car están disponibles en la página web de Dejavu Brands, donde además sus expertos perfumistas asesoran al cliente con una serie de preguntas para ayudar a escoger el perfume. El precio del difusor es de 34,90 euros y el recambio de cada perfume, 8,90.



**Comedero para mascotas** <https://www.panasonic.com/es/>



El nuevo comedero inteligente de Panasonic CP-JNF01-W cuenta con un depósito de 2,8 litros y una tapa de cierre hermético. Gracias a su diseño, los alimentos se mantienen secos mediante un desecador en el interior que puede acoger piezas de hasta 12mm de diámetro, con un sistema anti-atasco que asegura que la mascota acceda a su comida sin complicaciones. Adicionalmente, el comedero inteligente es capaz de detectar si quedan restos de comida en el cuenco e informar de ello en la aplicación. A través de una app es posible controlar el suministro de alimentos y programar las raciones. El cuenco es fácil de limpiar y apto para lavavajillas. Gracias a su doble fuente de alimentación con batería de reserva, la mascota podrá comer a su hora, aunque se produzca un corte del suministro eléctrico. Con un peso ligero de 1,85 kilogramos y 36 cm de alto, el nuevo comedero de Panasonic es fácilmente transportable. Cuesta 99 euros.

El resultado es un líder europeo de gama blanca, con 55.000 trabajadores, 45 plantas productivas y unos ingresos de 11.000 millones de euros

# Nace **Beko Europe** para materializar la integración de Whirlpool

A primeros de abril, concluyó el Acuerdo de Contribución definitivo entre Beko B.V., filial del grupo turco Arçelik y la filial de Whirlpool, Whirlpool EMEA Holdings LLC, que pone fin a la adquisición del negocio europeo de Whirlpool por parte de Arçelik. El resultado de la operación ha sido la creación de la nueva empresa Beko Europe, capitaneada por Ragıp Balcıoğlu como su Consejero Delegado.

## Sobre Beko Europe

De esta manera, la recién constituida Beko Europe da lugar a un nuevo líder del mercado europeo de electrodomésticos. Y es que suma el negocio europeo de gama blanca de Whirlpool en el continente con los negocios de gran electrodoméstico, electrónica de consumo, aire acondicionado y pequeño electrodoméstico de Arçelik.



Ragıp Balcıoğlu, consejero delegado de Beko Europe.

Por lo tanto, la nueva empresa Beko Europe nace con más de 20.000 empleados, 11 fábricas y una capacidad de producción cercana a los 24 millones de electrodomésticos anuales. Recordemos que el 75% de la nueva empresa es propiedad de Beko B.V y el 25% restante, de Whirlpool Corporation.

Tras la operación, Arçelik pasa a estar presente de forma directa en 57 mercados, con una plantilla cercana a los 55.000 trabajadores. Asimismo, los ingresos combinados de la multinacional turca se sitúan en los 11.000 millones de euros. Su capacidad de producción anual también crece, con 45 plantas.

Como explicó Hakan Bulgurlu, consejero delegado de Arçelik, "la creación de Beko Europe y la adquisición de los activos de Whirlpool en MENA marca otro hito fundamental en el viaje de Arçelik y nuestro décimo año de crecimiento continuo. Como uno de los líderes globales, con posiciones sólidas en mercados maduros y de alto crecimiento, hoy reforzamos nuestra capacidad de ser una potencia para el progreso y el cambio, al servicio del planeta y las personas".

Por su parte, Marc Bitzer, presidente y consejero delegado de Whirlpool Corporation, afirmó: "Nos complace alcanzar este momento significativo al completar nuestra transacción con Arçelik para formar Beko Europe. Este hito marca el inicio de un nuevo y emocionante capítulo en la creación de mayor valor para los consumidores europeos a través de marcas atractivas, fabricación sostenible, innovación de productos y servicios al consumidor. Esperamos con interés las considerables oportunidades que Beko Europe abrirá para los consumidores en su búsqueda constante de mejorar la vida en el hogar".

Igualmente, el consejero delegado de Beko Europe, Ragıp Balcıoğlu, también se ha manifestado dejando claro las intenciones de la nueva empresa. *"Hoy es el primer día en el viaje de Beko Europe para establecer un estilo de vida sostenible en todos los hogares de Europa. Al combinar nuestras respectivas presencias en el mercado, logramos una mayor escala. Ahora debemos trabajar incansablemente para garantizar y satisfacer las necesidades de nuestros clientes y consumidores"*.

También ha añadido: *"Seremos un socio responsable tanto para la industria como para los consumidores, utilizando activamente nuestra posición de liderazgo en el mercado para elevar los estándares, abordar la eficiencia e impulsar la innovación en la búsqueda de un futuro mejor. Entendiendo las necesidades cambiantes de nuestros clientes y consumidores, nuestro objetivo es impulsar la industria europea de electrodomésticos hacia un panorama más brillante, más competitivo y respetuoso con el medio ambiente"*.

[www.bekoeurope.com](http://www.bekoeurope.com)



Hakan Bulgurlu, consejero delegado de Arçelik



**NUEVO** ASPIRADOR U7 DIGITAL ANIMAL

Descubre los nuevos aspiradores Inspire  
y elige el modelo que necesitas para tu día a día

El pasado 11 de abril, el Grupo BSH dio a conocer sus resultados de 2023, que muestran un descenso de su facturación del 7%, hasta los 14.800 millones de euros

# Menos facturación para el Grupo BSH en 2023

La multinacional alemana justificó el descenso interanual de su facturación por la elevada inflación, el incremento de los tipos de interés y el colapso mundial del mercado inmobiliario. Así, como apuntó el CEO de la compañía, Matthias Metz, *"las persistentes crisis económicas y geopolíticas mundiales han cambiado las condiciones de toda la industria de los electrodomésticos. En un entorno desafiante, BSH ha demostrado una vez más su resiliencia, con un rendimiento general significativamente mejor que el del mercado"*.

Y es que, aunque bajó su facturación global un 7%, el grupo logró aumentar las ventas y ganar cuota de mercado en algunos países. Se trata de datos positivos en un panorama general a la baja en las distintas regiones, con descensos del 11,3% en América del Norte; del 10,5% en China; del 6,3% en Europa y del 2,2% en los mercados emergentes.



Dr. Matthias Metz.



Entre los negocios con **mejor comportamiento** para el Grupo BSH en 2023, figuran **las ventas de la gama de lavado**, que crecieron un 1,3% y las de soluciones de **servicio al cliente**, que también aumentaron un 6%

## Áreas de crecimiento

Así, entre los negocios con mejor comportamiento en 2023 figuran los productos de lavado y del servicio al cliente de BSH. En concreto, las ventas de lavadoras se incrementaron un 1,3% el pasado ejercicio, mientras que las de soluciones de servicio al cliente lo hicieron un 6%. La empresa pone en valor estos incrementos, en un contexto marcado por la disminución de la demanda de electrodomésticos derivada de la reducción de las compras de casas y apartamentos y, consiguientemente, de las ventas de cocinas en el año 2023.

## Inversiones

El pasado año, el grupo realizó un gasto récord en investigación y desarrollo, de 850 millones de euros. Del mismo modo, BSH llevó a cabo una inversión de 600 millones de euros, aproximadamente el 4% de la facturación, en la implementación de su estrategia de producto y el crecimiento en todas las regiones.

## Innovación de producto

En 2023, el fabricante lanzó novedades de producto interesantes, como Bosch Cookit, reconocido como el mejor procesador de alimentos con función de cocción por la organización de consumidores alemana Stiftung Warentest a finales de año.

Igualmente, los modelos de la nueva gama premium de hornos de Siemens incluyen una solución para lograr resultados de cocción y dorado precisos, utilizando inteligencia artificial (IA) y una cámara integrada que identifica platos automáticamente. Se trata de una tecnología desarrollada por el Centro de competencia de electrónica de BSH España. Por otro lado, la placa de inducción Essential, de la marca Gaggenau, se oculta bajo la encimera compacta Dekton del fabricante español Cosentino, ofreciendo nuevas opciones para arquitectos y diseñadores.



Placa de inducción Gaggenau integrada en la encimera.

En este sentido, Gerhard Dambach, director financiero de BSH, afirmó: *"Con un gasto en investigación y desarrollo récord, de alrededor de 850 millones de euros, estamos realizando una inversión sin precedentes y sentando así las bases para alcanzar nuestros ambiciosos objetivos de crecimiento como uno de los principales fabricantes mundiales de electrodomésticos"*.

Asimismo, la compañía recalzó su confianza de cara al futuro en palabras de su director general: *"Nuestro objetivo es claro; queremos inspirar a nuestros consumidores con marcas sobresalientes y productos potentes, innovadores y duraderos, al mismo tiempo que contribuimos al éxito de nuestros clientes y socios distribuidores"*, dijo Metz.

Para ello, BSH ha puesto en marcha una hoja de ruta que les permita seguir creciendo de forma exitosa en todas las regiones y que tiene como pilar fundamental incrementar su presencia en los mercados locales, además de desarrollar innovaciones de producto específicas para cada mercado.

Siguiendo con el apartado de las inversiones, la multinacional alemana fabricante de electrodomésticos también destinó más de 10 millones de euros a más de 270 medidas de eficiencia energética en 2023, ahorrando aproximadamente 35 gigavatios/hora de energía en la producción.

En esta misma línea, desde septiembre de 2023, los lavavajillas producidos en Dillingen (Alemania) utilizan parcialmente acero inoxidable con una huella de carbono un 47% inferior a la del acero inoxidable convencional.



Planta de lavavajillas de Dillingen.

Igualmente, en 2023, la compañía amplió la disponibilidad de piezas de repuesto hasta 15 años en el caso de los electrodomésticos de gama blanca y de hasta 10 años para el PAE, con el objetivo de impulsar las reparaciones y fomentar la economía circular.

De cara a 2024, Matthias Metz se ha mostrado confiado: *"Nuestra empresa ha liderado el sector durante más de 55 años y se encuentra en una posición sólida en el entorno económico actual, con una hoja de ruta clara para el futuro, marcas sobresalientes, innovaciones punteras y un equipo fuerte. Para este 2024 queremos participar activamente en la configuración del mercado en 2024, inspirar a los consumidores y conducir a nuestros clientes al éxito para lograr un crecimiento rentable en todas las regiones"*.

[www.bsh-group.com](http://www.bsh-group.com)

Tras una etapa, breve pero intensa, con una importante presencia física en España, la cadena de distribución portuguesa Worten abandonó el mercado del retail *offline*, para focalizarse en su crecimiento como comercio digital

# La nueva etapa de **Worten**: “Somos un e-commerce especialista en gama blanca”

**D**e tener más de 60 tiendas a finales de 2017, a cerrarlas absolutamente todas en 2021, Worten pasó de un crecimiento exponencial a la práctica desaparición en el mercado español. Sin embargo, reformuló su estrategia y siguió adelante, centrando todos sus esfuerzos en el mercado online.

Sobre esta evolución, ascenso y caída y su posterior consolidación como e-commerce habló Gonçalo Carvalho, el *Country Head* del grupo en España, en el eShow de Barcelona celebrado el 13 y 14 de mayo. Se trata de una de las ferias de referencia en e-commerce y marketing digital. Carvalho repasó la trayectoria de Worten y analizó las claves de esta nueva etapa online, que la cadena portuguesa emprendió hace solo tres años.

## Encontrar el punto diferencial

Tras verse obligados a abandonar sus tiendas físicas en España, Worten se centró en analizar el mercado y sus principales competidores, para ver qué podían mejorar. “El cierre de nuestros puntos de venta fue una situación muy compleja, pero como equipo quisimos hacerle frente y encontrar la manera de seguir adelante”, comentó Carvalho. “Nos encontramos con que el sector electro era un mercado muy competitivo y vimos que nuestra posición era mucho menos relevante de lo que debía serlo”.

“Había grupos especializados en la venta de grandes electrodomésticos con un modelo *offline*. Asimismo, había especialistas en categorías de producto más pequeño y compacto, también en tienda física. Por otra parte, nacieron grupos muy potentes, que



Gonçalo Carvalho, 'Country Head' de Worten en España.

vendían este tipo de dispositivos portátiles y pequeño electrodoméstico de una manera exclusivamente online. Detectamos que había competencia en todas las áreas, menos en una: la venta de gama blanca online. Por eso, decidimos apostar todo a ese sector”, aseguró el directivo de la compañía. Así, Worten se convirtió en este especialista y se erigieron como “*expertodomésticos*”.

Para hacerlo, reestructuraron sus servicios e invirtieron en un nuevo modelo de logística, que los diferencia de otros operadores del sector. “La venta de electrodomésticos de grandes dimensiones requiere de un proceso profesional y complejo, que pocos e-commerce conocen y aplican. En Worten, nos centramos en cumplir una serie de requisitos que el consumidor pide en estos casos: envío en menos de 48 horas, instalación incluida del dispositivo y un plazo de 100 días para poder probar el producto”, explicó Carvalho. Asimismo, trasladaron los beneficios de su programa de fidelización al mundo online, con ventajas como envíos gratis y financiación sin intereses.

Todo ello, con una estrategia orientada en cuatro pilares: satisfacción del cliente, especialización, fidelización y resultados. En este último sentido, para potenciar sus ventas, ofrecieron un nuevo modelo de página web con una navegación más fluida e intuitiva, velocidad rápida y con un amplio catálogo, bien ordenado. Se centraron en la diversificación de categorías, con un enfoque 100% orientado al cliente, y en poder añadir nuevas referencias cada poco tiempo.

Gracias a estos cambios, vieron realmente mejorar sus resultados. Según reportó Carvalho, en los últimos años sus ventas han crecido un 393%, han alcanzado una cuota de mercado del 10% y han logrado una tasa de conversión del 1,22%. Asimismo, han logrado varios reconocimientos en los últimos años: el premio a mejor comercio online del año en la categoría de electrodomésticos, tanto en 2023 como en 2024, así como el reconocimiento Elección nº1 del consumidor en 2024.

La ponencia de Gonçalo Carvalho tuvo lugar en el marco de la feria eShow Barcelona, que cerró su 12ª edición con más de 8.400 asistentes y aumentando la presencia de aquellos con perfil C-Level. Asimismo, acudieron más de 130 empresas expositoras, lo



que supuso un crecimiento del 10% respecto a la anterior edición, y más de 150 *speakers* nacionales e internacionales de marcas de referencia en su sector.

[www.worten.es](http://www.worten.es)

# Caution! Innovation inside.

## Visit IFA 2024

Register here



**IFA** 6-10 SEPT  
2024



Tras su llegada a España en 1999, la cadena de tiendas MediaMarkt ha logrado posicionarse como uno de los líderes en el sector de la electrónica.

Actualmente cuenta con un total de 111 establecimientos en el país, sumando más de 250.000 metros cuadrados de espacio comercial

# MediaMarkt celebra sus 25 años en España

En 25 años, la tecnología ha cambiado mucho, haciendo una gran evolución imposible de ver en otros sectores, con un desarrollo mucho más lento. Sin embargo, en menos de tres décadas hemos pasado del VHS al DVD, incluso ahora a las plataformas digitales; del discman al MP3, para dar paso de nuevo a la música en la red; y del televisor de caja a los enormes modelos QLED, que incluso en tamaños de hasta 85 pulgadas son más ligeros que los de antaño.

Estos 25 años es el tiempo, precisamente, que hace desde que MediaMarkt aterrizó en España. Para celebrar su cuarto de siglo, la enseña creó un recorrido exclusivo con cinco *experience rooms* en el Hotel Riu de Madrid, que mostraban esta evolución de la tecnología desde su llegada al país, el 11 de noviembre de 1999, con una primera tienda en el municipio madrileño de San Sebastián de los Reyes.



Primera tienda de MediaMarkt en España, imagen de archivo de 1999.

*"Fue un concepto completamente nuevo, una forma distinta de acercar la tecnología a las personas. Se podía ver y tocar los productos más allá del escaparate o la vitrina",* recordó en el evento Marta Domínguez, directora de marketing de MediaMarkt en España. Tres años después, la compañía presentó su campaña *"Yo no soy tonto"*, que supuso un gran éxito y es todavía recordada.

## Pioneros en experiencia de cliente

MediaMarkt fue también protagonista de interesantes innovaciones en la cercanía al cliente y las campañas promocionales. En 2007, impulsaron el primer *Día sin IVA*, ofertas sin precedentes que llamaron la atención de miles de consumidores y todavía hoy en día atraen a otros tantos. Luego, en 2012, fueron los primeros en traer a España la iniciativa del Black Friday. A partir de aquella época, arrancaron su e-commerce y empezaron a aplicar su estrategia omnicanal, eje vertebrador de la marca en los últimos años.

Desde la pandemia, las tendencias de consumo han cambiado y se han acelerado. Por ello, el grupo ha ido introduciendo nuevas fórmulas para cubrir estas necesidades, como la incorporación de taquillas de recogida de productos, la ampliación de *pick-up points* o la automatización en sus centros logísticos. En esta última etapa, han logrado alcanzar más de 100 tiendas físicas en España, en parte gracias a la adquisición de 16 tiendas Worten en 2021. Además, la compañía ha establecido dos hubs internacionales en Barcelona, que dan servicio a distintos países y emplean a casi 500 personas.

[www.mediamarkt.es](http://www.mediamarkt.es)



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

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

[www.bosch-homecomfort.es](http://www.bosch-homecomfort.es)



Innovación para tu vida



**Home Comfort Group**

La inteligencia artificial (IA) revoluciona la experiencia de compra del cliente, aumenta la productividad en el trabajo, fomenta la creatividad, transforma los dispositivos tecnológicos e irrumpe en el ámbito sanitario

# La IA, clave para mejorar la experiencia de compra y **aumentar las ventas**

La implementación de herramientas de **inteligencia artificial** (IA) por parte de las empresas puede suponer una mejora de la experiencia de compra del cliente y un aumento de las ventas.

En este sentido, según Datarmony, esta tecnología permite a las empresas comprender y anticipar las necesidades individuales de los clientes, analizando sus patrones de comportamiento y ajustando la oferta de productos en consecuencia.

Del mismo modo, según Mónica Mendoza, experta en estrategia de ventas y desarrollo personal, la IA está ganando una **relevancia creciente** en el ámbito de las ventas.

En total, Mendoza señala 10 herramientas de IA que podrían revolucionar la forma en la cual los equipos de ventas operan y



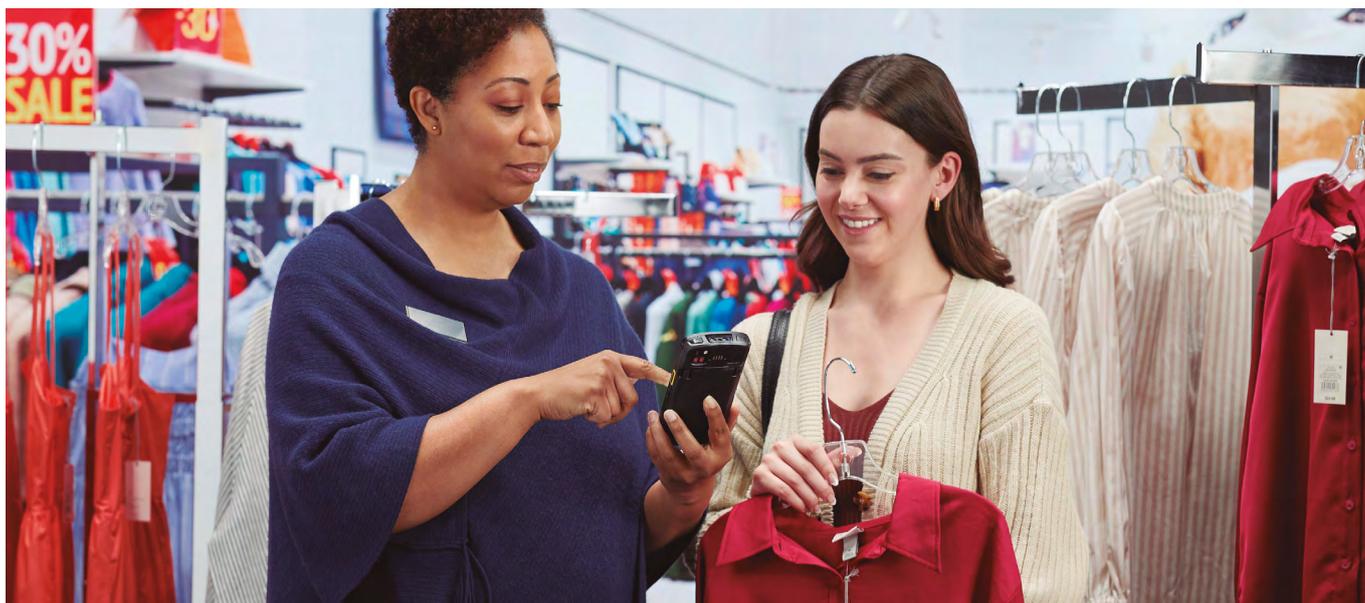
La creatividad y la calidad en la implementación de las **herramientas de inteligencia artificial** serán claves para el éxito empresarial en el futuro

generan resultados: Salesforce Einstein, Drift, Intercom, Conversica, Leadfeeder, Brandwatch, Warmer.ai, Canva, TL; DV y Google Speech-to-Text.

También, la creatividad y la calidad en la implementación de estas herramientas serán esenciales para el éxito empresarial. Para la experta, el reto no será tener ideas, ya que la IA y ChatGPT proporcionarán muchas, sino cómo se aplican las mismas en cada sector.

Por otro lado, Laia Mercadal, directora de Consultoría y Transformación Digital de E-volucion, marca de la multinacional Intelcia, afirmó en Retail Forum 2024 que *“es importante obtener un feedback real y fiable del cliente sin necesidad de tener que preguntarle abiertamente en un formato encuesta”*.

*“Mediante IA, hemos implementado un programa de análisis de la Voz de Cliente para realmente escuchar al cliente a través de los diferentes canales y conocer sus emociones: si están contentos, enfadados, si hemos conseguido responder a su consulta...”*



*Incluso yendo más allá y analizando los tonos de voz, los silencios o la terminología que está utilizando”, agregó Mercadal.*

*Además, la directiva concluyó: “A partir de ahí, con la IA generativa vamos enriqueciendo todos estos comportamientos, que son muy sensibles, ya que al final se trata de emociones. El objetivo final es poder anticiparnos a las necesidades del cliente para brindarle una satisfacción mayor”.*

Por otra parte, la sexta edición del informe State of Service, de Salesforce, que incluye las opiniones de más de 5.500 profesionales de 30 países, revela que el 94% de los servicios de atención al cliente en España que utilizan IA afirman que les ayuda a ahorrar tiempo.

En concreto, el 81% de las organizaciones de atención al cliente en España están utilizando o evaluando la IA, y el 87% tiene previsto aumentar las inversiones en IA este 2024.

Asimismo, según el estudio Global Shopper Study 2023, de Zebra Technologies Corporation, el 85% de los responsables de la toma de decisiones en el sector minorista afirma que la IA mejorará todas sus operaciones.

*“La IA, en particular la IA generativa, ha irrumpido de lleno en nuestro día a día, pero el reto ahora es pasar de la mera innovación tecnológica a casos de uso reales, donde mostremos cómo estas soluciones pueden hacer que los negocios sean más productivos, con flujos de trabajo más sencillos y experiencias de clientes más cuidadas”, declaró Mark Thomson, Retail Strategy Director para EMEA de Zebra Technologies.*

## Transformación de la experiencia del cliente

En este contexto, entran en juego los **Transformers**, una arquitectura de red neuronal diseñada para abordar tareas conocidas del Procesamiento del Lenguaje Natural (NLP), como la traducción automática o la generación de texto.

Federico Cesconi, CEO de Sandsiv, destaca el potencial de estos modelos preestrenados con millones de datos en lo que respecta a la experiencia del cliente. Los Transformers posibilitan clasificar de forma inmediata y precisa los **comentarios** de los clientes, eliminando la necesidad de clasificación manual costosa y laboriosa.

*“Modelos como GPT-3 o GPT-4 han transformado el paradigma del NLP. Su capacidad para procesar grandes cantidades de texto de manera eficiente ha revolucionado la forma en que las empresas pueden analizar y comprender las opiniones y necesidades de sus clientes, lo que a su vez ha mejorado significativamente la capacidad de ofrecer experiencias personalizadas y de alta calidad”, afirmó Cesconi.*

## Implementación de la IA en las empresas

Igualmente, la implementación de la IA en las empresas ya es una realidad indiscutible. Por ejemplo, la Unión Europea se ha marcado el objetivo de que el 75% de las empresas europeas adopten servicios de computación en nube, macrodatos e IA para el año 2030.

En línea con este objetivo, ITI, centro tecnológico privado especializado en TIC, impulsa el **proyecto Integra**, centrado en el desarrollo de un sistema diseñado para asistir a las empresas valencianas en la óptima utilización de la IA.



*El proyecto Integra, de ITI.*

Concretamente, este proyecto, que cuenta con la colaboración de Arsys Internet, Disid Corporation y Ahora, tiene el propósito de crear una herramienta que permita desarrollar un modelo de **machine learning** (ML) a partir de un conjunto de datos enorme (big data).

También, con el fin de impulsar la innovación y la **transformación tecnológica** de las empresas a través de la IA, la consultora tecnológica Bravent y la asociación IndesIA anunciaron el pasado mes de abril una alianza estratégica que busca marcar una nueva era de soluciones disruptivas en el campo de la IA y el ML.

De la misma manera, Canon España y la empresa cántabra Siali, especializada en aplicaciones basadas en IA, firmaron en marzo de 2024 un acuerdo de colaboración con el fin de incentivar la adopción de sistemas impulsados por IA y Deep Learning para mejorar el rendimiento en las compañías industriales españolas.

En esta línea, según el primer estudio Nacional de IA e IA generativa de CloserStill, presentado en la feria Big Data & Ai World en el marco del E-Show Barcelona 2024, más del 74% de las empresas españolas afirma invertir en IA, especialmente en **sistemas SaaS** o servicios, así como en personal cualificado en esta tecnología o en la formación de sus empleados.

Adicionalmente, solo un 12% de las empresas encuestadas no contempla la adopción de la IA generativa en su hoja de ruta, mientras que más del 64% se muestra optimista con respecto a la IA y la IA generativa.

Además, el 80% de las organizaciones encuestadas anticipa un impacto significativo en sus respectivos sectores con la llegada de la **IA generativa**, y la mitad considera que no adoptar esta tecnología puede suponer un riesgo para la propia continuidad de la empresa.

Sin embargo, el cuarto índice de tendencias laborales de Microsoft, Work Trend Index, elaborado junto a LinkedIn, revela que, pese a que el 77% de los líderes en España admite que la implementación de la IA es esencial para mantener la competitividad, el 59% teme que sus empresas carezcan de una visión clara y un plan de implementación. En concreto, hay una preocupación por la dificultad de cuantificar los beneficios de productividad de la IA.

Asimismo, el hecho de que los trabajadores cuenten con formación en IA es cada vez más relevante para las empresas. En este sentido, el estudio "Impulsando las habilidades digitales en IA", elaborado conjuntamente por Access Partnership y Amazon Web Services, señala que las empresas en España muestran una disposición a pagar hasta un 33% más en salarios a aquellos perfiles que dispongan de **experiencia** en IA y habilidades digitales para el año 2028.

Por otro lado, el estudio indica que más del 70% de las empresas priorizan la contratación de **talento experto** en IA. No obstante, solo el 20% consigue encontrar profesionales ya formados.

Igualmente, el informe identifica la falta de conocimiento de las empresas sobre cómo implementar programas de formación de IA (78%) como uno de los principales desafíos para las mismas. También, se halla la falta de información entre los empleados sobre este tipo de formaciones (73%).

En la misma línea, según el estudio de Microsoft y LinkedIn, el 64% de los líderes españoles no contrataría a alguien sin habilidades en IA, frente al 66% de los líderes globales. No obstante, solo el 39% de los usuarios de todo el mundo ha recibido formación en IA de su empresa, mientras que tan solo el 25% de las compañías internacionales espera poder ofrecer dicha formación este año.

### Pilares para la adopción de la IA

Adicionalmente, la consultora BTS, especializada en la implementación de estrategias y la transformación de organizaciones a través de las personas y la formación, elaboró un listado el pasado mes de febrero de los cuatro pilares fundamentales para que las empresas adopten la IA de una forma consciente y orgánica.

En primer lugar, BTS señaló la necesidad de tener un propósito definido alineado con el marco estratégico. Las empresas deben identificar las áreas específicas de mejora, ya sea en servicios al cliente, eficiencia interna o toma de decisiones.

En segundo lugar, apuntó que es un requisito tener una cultura empresarial sustentada en personas, promoviendo la experimentación, el aprendizaje constante y la adaptación.

En tercer lugar, las empresas deben evaluar los recursos de los que disponen, así como sus necesidades tecnológicas, para considerar posibles actualizaciones, seleccionando las herramientas que mejor se adapten a sus objetivos. También, es un requerimiento asegurar la calidad de los datos para garantizar procesos exitosos.

Por último, hay que concretar el rumbo y las limitaciones que tendrá la utilización de esta tecnología. En este sentido, es esencial abordar el uso ético, la privacidad de los datos y la seguridad, manteniéndolos alineados con los valores y la visión de la empresa, es decir, llevando a cabo un uso responsable de la IA.

Acerca de este aspecto, la Recomendación sobre la ética de la Inteligencia Artificial de la UNESCO proporciona una serie de valores y principios en los que debe basarse el uso de esta tecnología. En total, 193 Estados miembros han adoptado este marco.

### La IA en el trabajo

Asimismo, Work Trend Index resalta que los empleados que se sienten abrumados y bajo presión afirman que la IA les ayuda a ahorrar tiempo, fomenta la creatividad y les permite enfocarse en tareas cruciales.

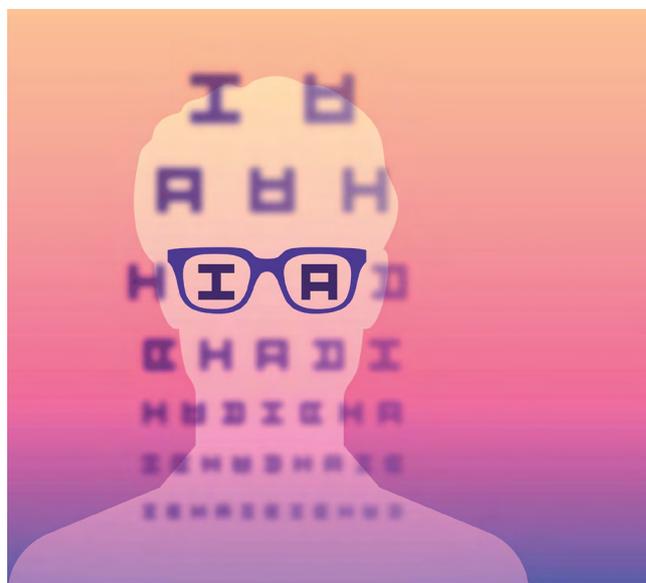
En la actualidad, el 68% de los trabajadores españoles utiliza la IA en su rutina laboral, frente al 75% de los empleados del resto de los países. Asimismo, el 78% de estos usuarios en España está introduciendo sus propias herramientas de IA en el entorno laboral.

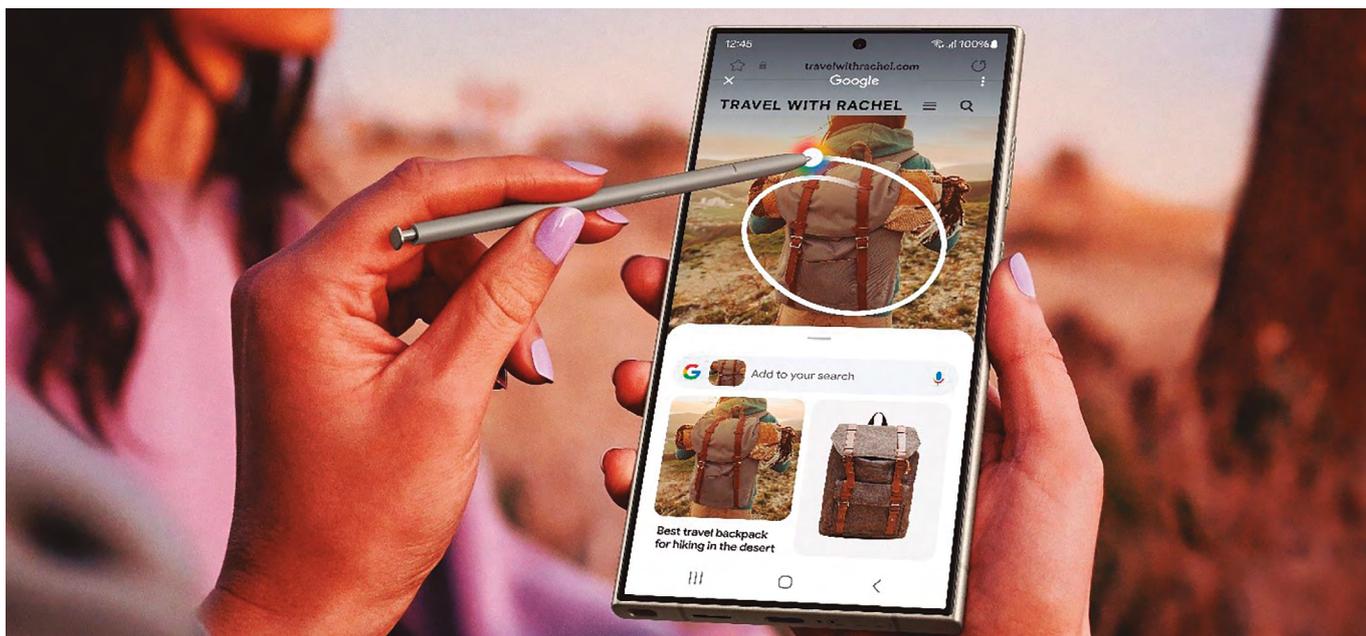
Además, los empleados están adquiriendo habilidades por su cuenta, debido a la falta de formación ofrecida por parte de las empresas. Desde finales de 2023, han aumentado 142 veces los usuarios de LinkedIn que agregan a su perfil habilidades en IA como Copilot y Chat GPT, y la cifra de profesionales no técnicos que utilizan cursos de LinkedIn Learning para desarrollar sus aptitudes de IA ha crecido un 160%.

Como muestra del impacto que la IA está teniendo en el mercado laboral, hasta un 46% de los empleados considera un cambio de carrera, un dato que alcanza el 85% en Estados Unidos.

### Los consumidores confían en la IA

En cuanto a los consumidores, el 69% cree que la IA mejorará su experiencia de compra, según Global Shopper Study 2023. Además, el 75% de los dependientes considera que la IA generativa les hará **más eficientes** y mejorará el servicio al cliente.





Por otra parte, el estudio *“La IA y la Seguridad en los móviles: Usos, actitudes y percepciones”*, realizado conjuntamente por Samsung e Ipsos, revela que más de la mitad de los españoles cree que la IA mejorará su vida.

Concretamente, la Generación Z ha hecho un uso de la IA mayor que la media (78%), y tiene una percepción mucho más positiva de esta tecnología (44%). Como muestra de este dato, una encuesta realizada a estudiantes de secundaria por la plataforma de detección de plagio Plag reveló que el 97% de los estudiantes ha usado herramientas como ChatGPT o Gemini. De estos, el 76% utiliza estas herramientas para buscar información, mientras que el 70% las emplea para la redacción de tareas y trabajos escritos.

Del mismo modo, una encuesta de la empresa de investigación TMG Research dirigida a 1.006 estudiantes de 63 escuelas secundarias españolas mostró que la mayor parte de los estudiantes usa las herramientas de IA para facilitar el proceso de aprendizaje. El 56% de los que han oído hablar de las soluciones de IA las utilizarán en el futuro, mientras que tan solo el 13% no lo hará.

## Riesgos de la IA

No obstante, según un informe elaborado por Desirée Gómez Cardosa, analista de tendencias del Observatori de Tendències Educatives i Innovació del eLearning Innovation Center (eLinC) de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), uno de cada 4 empleos tendrá que reestructurarse durante los próximos 5 años.

En esta línea, pese a que se crearán nuevos lugares de trabajo de perfiles cualificados relacionados con el desarrollo de la IA y la ciencia de datos, desaparecerán otros empleos que quedarán obsoletos a causa de la automatización de sus funciones.

También, los sectores que se enfrentan a un mayor riesgo son aquellos relacionados con la automatización de procesos industriales y de vigilancia, así como oficios relacionados con el procesamiento de textos, la entrada de datos o la programación. Asimismo, según el mismo informe, muchos trabajadores deberán reciclarse para hacer frente a las nuevas necesidades de su empresa, teniendo que absorber nuevos conocimientos.

Según Gómez, *“a medio plazo, la adopción de la IA incrementará la disparidad laboral entre las personas que poseen competencias en IA generativa o que tienen un perfil tecnológico y las que no. La solución del reciclaje de habilidades podría no ser suficiente para muchos trabajado”* es debido a la desaparición de algunos empleos.

Sin embargo, Manel Fernández Jaria, profesor colaborador de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, apunta que «la IA también podría crear nuevas oportunidades laborales y roles que todavía no podemos imaginar. Las profesiones del futuro podrían requerir una combinación única de habilidades humanas, creatividad, pensamiento crítico y comprensión emocional que las máquinas todavía no pueden replicar completamente».

Por otra parte, considerando los posibles riesgos de la IA, Trend Micro Incorporated ha desarrollado recientemente una funcionalidad

adicional impulsada por esta tecnología en su plataforma. Así, Trend Vision One - Zero Trust Secure Access (ZTSA) brinda una gestión centralizada del acceso y uso de las aplicaciones de IA por parte de los empleados; una inspección inmediata para evitar fugas de datos e inyecciones maliciosas; un filtrado de contenidos para cumplir los requisitos de cumplimiento; y una defensa contra ataques de grandes modelos de lenguaje (LLM).

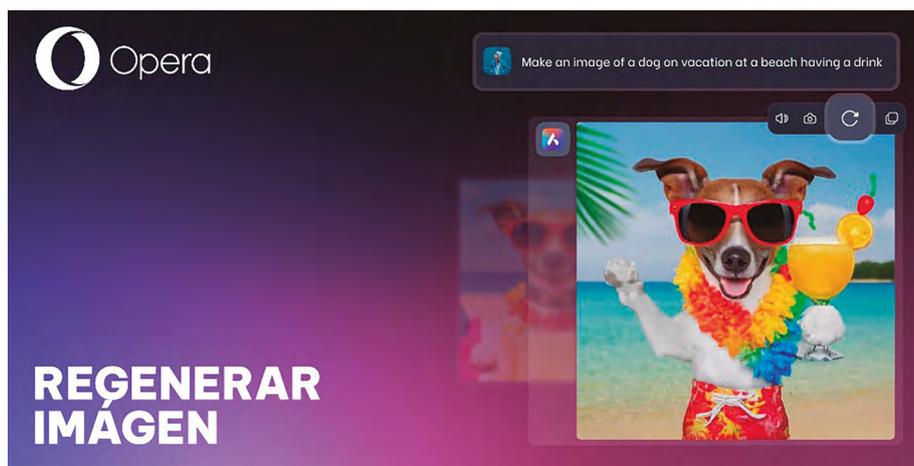
Eva Chen, cofundadora y CEO de Trend Micro Incorporated, declaró en RSA Conference 2024 que *"los grandes avances tecnológicos siempre conllevan nuevos ciberriesgos. Al igual que la nube y todos los demás avances tecnológicos que hemos logrado asegurar, la promesa de la era de la IA solo es poderosa si se protege. Nuestras últimas actualizaciones de la plataforma ofrecen nuevas eficiencias a los equipos de seguridad y proporcionan directrices críticas para el uso de la IA"*.

Del mismo modo, Avast, empresa de seguridad digital y privacidad, y marca de Gen, informó el pasado mes de mayo de que, según el último informe trimestral Avast Threat Report, las estafas, el phishing y el malvertising representaron el 90% de todas las amenazas en dispositivos móviles y el 87% de las amenazas en dispositivos de sobremesa. De estas amenazas, un número significativo utiliza tácticas sofisticadas como la tecnología deepfake, la sincronización de audio manipulado por IA o el secuestro de canales de redes sociales para difundir contenido fraudulento.

## Aplicaciones de la IA

La integración de la IA en los dispositivos tecnológicos se ha vuelto crucial para asegurar la durabilidad y la funcionalidad de los dispositivos tecnológicos.

Por ese motivo, Asus ha incorporado esta tecnología a sus equipos, impulsando así el rendimiento y la experiencia del usuario. Algunos ejemplos son el Asus Zenbook Duo, con funcionalidades



pensadas para los líderes empresariales y los profesionales de alto nivel; el Asus Vivobook 15, que aumenta la productividad y la creatividad de los creadores de contenido; el Asus Zenbook 14 OLED, ideado para los trabajadores híbridos y de oficina; y

el Asus Vivobook S 14 OLED, para los estudiantes y los usuarios domésticos. Igualmente, Opera anunció el pasado mes de abril dos nuevas actualizaciones de funciones de IA dentro del desarrollo de su navegador insignia, el Opera One.

Así, Aria, la IA nativa de este navegador, es ahora capaz de generar imágenes y leer en voz alta respuestas de texto. También, con el objetivo de desarrollar el navegador inteligente del futuro, la compañía ha implementado recientemente los Modelos de Lenguaje de Gran Escala (LLMs) en dispositivos locales para desarrolladores.

Para mejorar la experiencia de los clientes, Eviden, empresa del grupo Atos, ha creado un asistente virtual multiidioma basado en IA que interactúa con ellos en los hoteles. De esta manera, posibilita acceder a información útil del hotel y del destino, como la disponibilidad en tiempo real de plazas y horarios para los diferentes servicios o predicciones de ocupación de los lugares de interés turístico. El asistente adapta su lenguaje al usuario en función de la información de la que dispone sobre él, y reconoce su intención, comprendiendo si solo busca información o desea que actúe en su nombre.

Por otro lado, la IA ha entrado de lleno en el campo de la salud visual, permitiendo el desarrollo de lentes progresivas que conocen cómo se mueven los ojos de las personas con presbicia, para un uso más cómodo en el día a día.

En este sentido, la lente progresiva Varilux XR series dispone de un sistema de modelo del comportamiento desarrollado con IA conductual, capaz de predecir cómo las personas con presbicia miran los objetos que les rodean, logrando una nitidez instantánea incluso en movimiento.

## Caen las ventas de Bosch en España

Las ventas netas de Bosch en España alcanzaron los 2.388 millones de euros en 2023, lo que supone un descenso del 3,8% respecto al ejercicio anterior. La empresa atribuye esta caída a la saturación del mercado de electrodomésticos, así como a la situación económica desfavorable. Pese al resultado contraído, la compañía se desarrolló mejor que el mercado general, logrando ganar cuota y superando en un 3,1% sus ingresos por ventas respecto a 2022.



## MiElectro celebra su 7º aniversario

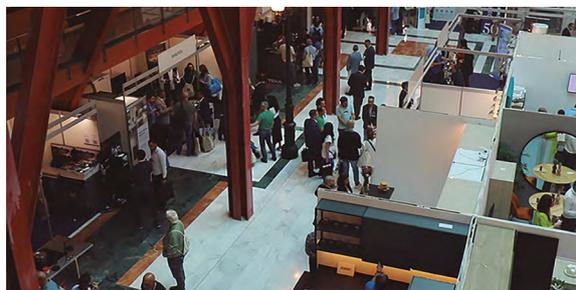
La enseña MiElectro, del grupo Eldisser, celebró el pasado mes de mayo su séptimo aniversario, y lo hizo ofreciendo descuentos, regalos a sus clientes y también sorteos. La cadena de tiendas defiende que "es posible competir con otros grandes grupos si, además de una amplia oferta, se ofrece un servicio profesional". La marca sigue sumando tiendas por todo el territorio nacional. Destaca su reciente incorporación en las Islas Baleares y sus avances en el desarrollo del plan de digitalización.

## Fnac Darty crece en electrodomésticos

Las ventas de electrodomésticos de Fnac Darty volvieron a crecer en el primer trimestre de 2024, gracias al impulso del pequeño electrodoméstico. Tras dos años difíciles para la tienda y para el sector, han logrado un alza del 0,7% en electrodomésticos, con la estabilización de las ventas en gama blanca. Sin embargo, el gasto de los consumidores no varió, en comparación con trimestres anteriores. Imagen y sonido también crecieron ligeramente, con la categoría de smartphones estable y un descenso en informática.

## TOPhogar celebra su primera convención anual desde la pandemia

El grupo de distribución TOPhogar celebró el pasado 18 de abril su convención anual en Benálmadena (Málaga), por primera vez desde la pandemia. El evento reunió a más de 250 invitados, bajo la enseña "Nuevos horizontes", exponiendo un nuevo concepto de comercio de proximidad.



## FECE celebra la primera edición de su Fórum en Madrid

La primera edición del Fórum FECE tuvo lugar el 21 de marzo en Madrid, con una amplia participación y la presencia del eurodiputado Juan Ignacio Zoido, que pondrá en marcha nuevas políticas de apoyo al comercio de proximidad en la Unión Europea. Alfredo Gosálvez, secretario general de FECE, y Diego Giménez, presidente de la federación, destacaron que se trata de un sector "en continua evolución, que da empleo a más de 30.000 familias en España". Junto al Fórum se hizo entrega también de los Premios FECE, con el reconocimiento a diez tiendas. Las categorías fueron Comercio más Innovador, más Sostenible, Comercio Familiar, Mejor Comercio Rural y Mejor Comercio Urbano. Recordamos que FECE son las siglas de la Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos.



## Nueva tienda de Euronics en Valencia

Euronics Divelsa ha abierto un nuevo establecimiento comercial en la calle Ramiro de Maeztu, 8 en Valencia, bajo el nombre Euronics Roigba. Ofrece las últimas novedades del grupo en un punto de venta de 300 metros cuadrados abiertos al público. Perteneciente al grupo Sinersis, siguen potenciando su apuesta por el comercio local.



## Caen las ventas de gama blanca en España

APPLiA España publicó los resultados de ventas de los electrodomésticos de gama blanca en el primer cuatrimestre de 2024, con un descenso acumulado del 4,95% en la facturación hasta abril. Sin embargo, ese mes supuso una mejora respecto a marzo, cuando el acumulado se situaba en un saldo negativo del 8,75%.

## Cecotec reestablece su servicio técnico tras el incendio en sus instalaciones

La marca valenciana Cecotec logró restituir la normal operativa de su servicio técnico en cinco días, tras el incendio que tuvo lugar a principios de abril en sus instalaciones de Sollana (Valencia). La compañía puso en marcha un plan de medidas extraordinarias para recuperar el servicio en el menor tiempo posible.

El incendio se originó en torno a las 15:40 horas del 7 de abril y afectó a un 85% de las instalaciones dedicadas al servicio técnico de Cecotec.



## Amazon anuncia nuevas plantas logísticas en España

Amazon anunció en marzo la apertura de dos nuevos centros logísticos en España, al norte y sur del país. El primero que anunció se ubicará en la localidad de Siero (Asturias), ocupará más de 175.000 metros cuadrados. La segunda instalación logística estará en Escúzar (Granada) y contará con algo menos de 10.000 metros cuadrados. La idea es que ambas plantas estén operativas a partir del próximo septiembre. La planta asturiana podrá llegar a procesar 500.000 paquetes al día, mientras que la andaluza tendría un alcance más local.



## Candelsa expandirá y modernizará sus tiendas a lo largo de 2024

El grupo Candelsa anunció justo antes de Semana Santa que en los próximos meses inaugurará nuevos establecimientos en Zaragoza, las Islas Baleares y en el núcleo urbano de Barcelona. Ángel Castro, director general de Candelsa, señaló además que se han renovado ya 50 tiendas, y se irán modernizando muchas más a lo largo del año. Este nuevo plan tiene un fuerte enfoque centrado en el cliente y desde la compañía aseguraron que los resultados hasta el momento han sido muy alentadores, con un crecimiento en las ventas.



Se trata de la primera certificación Tick-Mark de ultra alta temperatura  
concedida en todo el mundo

# Certificación Tic-Mark para la bomba de calor **Mars R290 de Midea**



Alcanza **temperaturas de salida de agua**  
estables y ultra altas de hasta 85°C

En la pasada edición de Mostra Convegno Expocomfort, celebrada en Milán a mediados de marzo, Midea, fabricante de electrodomésticos y soluciones de climatización, distribuido en España y Francia por **Frigicoll**, consiguió la primera certificación Tick-Mark de ultra alta temperatura del mundo para su nueva bomba de calor Midea 30KW y 35KW Light Commercial R290, conocida como **Mars R-290**.

Esta nueva bomba de calor, lanzada en la muestra milanesa, recibió el reconocimiento de Intertek, proveedor de servicios integrales de control de calidad para industrias de todo el mundo, con la primera **certificación Tick-Mark** de ultra alta temperatura del mundo. En concreto, la Mars R290 superó con éxito las rigurosas pruebas de Intertek, confirmando su extraordinario rendimiento al mantener una temperatura estable de salida de agua ultra alta de 85° C. Así, incluso con condiciones de frío extremo, a -25° C, la temperatura de salida se mantiene constante por encima de los 75°C.

En la entrega de la certificación, durante la pasada edición de Mostra Convegno, Rossana Scandroglio, Sales Manager de Intertek, señaló los esfuerzos y logros de Midea en el campo de las bombas de calor y destacó que *"la obtención por parte de Midea de la certificación HP Tick-Mark de ultra alta temperatura demuestra su posición de liderazgo en el sector y su compromiso con el desarrollo de alta calidad"*.

Con su nueva bomba de calor Mars R290, Midea busca incrementar su presencia en el mercado europeo. Se trata de una bomba de calor que alcanza temperaturas de salida de agua estables y ultra altas de **hasta 85°C**. En este sentido, supone una alternativa a las calderas de gas convencionales con sistema de radiadores.

La demanda de bombas de calor se ha disparado en la Unión Europea debido a la crisis energética y a las políticas que promueven su implantación como solución de climatización. Según la Asociación Europea de Bombas de Calor (EHPA), se estima que en 2030 se alcanzarán los 60 millones de unidades instaladas en Europa, con unas ventas anuales que se espera llegarán a los 12 millones de unidades.

[www.frigicoll.es](http://www.frigicoll.es)

Algunos de los nuevos frigoríficos que Siemens acaba de presentar incorporan dispensador de agua y hielo

# Nuevos frigoríficos Multidoor XXL de Siemens



La marca Siemens ha presentado sus nuevos frigoríficos Multidoor XXL, que integran un dispensador que suministra agua fría filtrada y hasta 5 kg de hielo o hielo picado al día. Asimismo, estos modelos ofrecen hasta 605 litros de capacidad útil y diversos compartimentos, con espacio suficiente incluso para las compras más voluminosas.

Así, por ejemplo, el modelo en cristal negro (en la imagen) incorpora un compartimiento central con bandejas de madera y un ajuste de temperatura individual, diseñado para conservar vino, champán, cerveza o cualquier otro tipo de bebida. Además, tiene un congelador con "apertura de carro", que facilita el acceso a los alimentos y convierte al frigorífico en protagonista en la cocina.

Los frigoríficos XXL de Siemens siguen y se adaptan a la actual tendencia de las cocinas abiertas al salón. En este sentido, como apuntan desde la marca, "disponer de mucho espacio de conservación está a la orden del día". En este sentido, la empresa cuenta con otros modelos XXL, como los combis de 70 cm, que brindan hasta un 37% más de capacidad que uno de 60 cm.

Del mismo modo, los combis integrables XXL de Siemens, con una altura de 194 cm y una anchura de 60 y 75 cm, ganan protagonismo, ya que las cocinas son cada vez más abiertas al salón y los electrodomésticos más discretos. Esta gama ha sumado un nuevo modelo XXL con puerta deslizable, para "posibilitar la instalación con paneles de puerta de mueble más pesados".

## Eficiencia energética

Igualmente, la gama de refrigeración de Siemens destaca por incluir numerosos modelos con etiquetados A, B y C, que permiten un ahorro considerable de hasta un 56% de energía. En este sentido, el modo vacaciones de los combis, seleccionable desde el móvil y desde el propio frigorífico, sube la temperatura a 14°C mientras mantiene la del congelador a -16°C, reduciendo el consumo durante los periodos que el usuario pasa fuera de casa.

Igualmente, es posible recibir recomendaciones y trucos en el móvil para mejorar la conservación de los alimentos y mantenerlos frescos más tiempo.

[www.siemens-home.bsh-group.com/es/](http://www.siemens-home.bsh-group.com/es/)

Las ventas de freidoras de aire se dispararon casi un 20% el pasado año 2023, según datos de NIQ y GfK

# La **cocina sana** se consolida y crece en el mercado del PAE

**S**i bien la categoría de pequeño aparato electrodoméstico de cocina es un clásico de los lineales, en los últimos tiempos, y especialmente durante la pandemia, cocinar en casa pasó a convertirse en una obligación y de aquí, ensanchó su base de usuarios que descubrieron en esta actividad también un placer. Y es que cocinar es una de las actividades y aficiones favoritas de los españoles, tanto de ellas como de ellos, sin importar la edad ni la condición social.

## Chefs e influencers como prescriptores

Y si, al gusto por la cocina, añadimos la ola de cuidado de la salud y el bienestar que está de moda a través de una alimentación saludable y equilibrada, la combinación es claramente ganadora. Que algunos de los programas televisivos que más tiempo llevan en antena sean los de platos y recetas de famosos cocineros, quiere decir que nos gusta cocinar. Asimismo, en las redes sociales, hay cada vez más vídeos y post de cómo preparar diversas recetas desde la óptica de cuidar la salud. Precisamente, la del prescriptor profesional es una de las acciones más utilizadas por los fabricantes de PAE para introducir y potenciar sus productos. Como nos explican desde **Jata**, estas personas son buenos embajadores de la cocina sana. *“Ellos saben describir muy bien las bondades de estos productos y preparan recetas deliciosas. Asimismo, saben preparar recetas de forma fácil para que cualquier persona pueda cocinarlas. Y, además, consiguen muchas veces introducir ciertos alimentos que quizás no habíamos pensado que podían encajar en dicha receta y así tenemos varias opciones. Por otro lado, aún hay personas que piensan que comer sano puede*



*resultar “aburrido” y ellos dan verdaderos ejemplos de que no es así. Es el caso del Chef Bosquet con el que trabajamos. Es capaz de crear recetas que son deliciosas, pero siempre de forma sana”.*

Por su parte, desde **Bosch**, reconocen que con anterioridad han trabajado con exconcursantes de MasterChef -televisivo concurso que patrocinan- para promocionar sus productos. Y que actualmente colaboran con la plataforma digital Masterchef World app, que incluye contenidos y recetas saludables con los electrodomésticos de la marca.

También desde **Braun** llevan a cabo campañas con influencers, chefs, dietistas y nutricionistas para difundir las posibilidades de sus productos, especialmente en las redes sociales. Desde la marca aseguran que estas colaboraciones les permiten presentar sus productos de manera más prescriptora y auténtica, mostrando cómo se pueden utilizar en diversas recetas y situaciones cotidianas. Por ello, trabajan con influencers y expertos que comparten

## Los electrodomésticos de cocina más vendidos

Según el Barómetro del Gasto en Retail de NIQ y GfK, el gasto de los españoles en pequeños electrodomésticos creció un 7,6% en 2023 en comparación con el año anterior. Los productos innovadores y multifuncionales se comportaron mejor que la media del mercado y sus consumidores estuvieron dispuestos a pagar un precio premium. Entre ellos figuran las freidoras, con un incremento del 19,6%, impulsadas por las airfryer.

En este sentido, en Cecotec coinciden en señalar sus freidoras de aire Cecofry como sus productos de cocina saludable más populares, ya que registraron un crecimiento en valor del 160% en 2023, seguidos de los robots multifunción. También las freidoras de aire son para Sogo los productos que mejor acogida están teniendo por parte del mercado por sus numerosas ventajas. Lo mismo que para Ufesa y River International. En el caso de Philips, además de en la subcategoría de Airfryer, también observan mucha demanda de productos que facilitan una alimentación saludable como las batidoras. Precisamente, para Braun sus productos de mayor éxito son sus batidoras Braun Minipimer 9 y Nutribullet Portable. Jata también menciona las freidoras de aire entre sus más vendidas, pero cita igualmente otras categorías, como las planchas de asar y barbacoas eléctricas, coincidiendo con la llegada del buen tiempo, y los preparadores de leches vegetales.

[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

sus valores para promover un estilo de vida saludable y que, por tanto, cuentan con una audiencia comprometida y afín a este tipo de productos. Es el caso de Júlia Rovira, Bea Gómez, Alberto Ugarte, Laura Recetas y Chloé Sucrée para Braun Minipimer 9 o de Sandra Moñino para su producto nutribullet Portable.

Desde **River International** consideran que los influencers son importantes para dar a conocer determinados productos, porque ayudan a mostrar su potencial y a enseñar sus ventajas. *“Gracias a numerosos influencers o gente simplemente interesada en compartir sus experiencias”,* explican, *“tenemos un universo de recetas y espacios de interés gastronómico que hace pocos años era impensable”.*

En **Sogo** también creen que estos prescriptores juegan un papel muy importante en la difusión y promoción tanto de productos como de recetas saludables, ampliando su alcance a un público más amplio y, aunque ahora no tienen vigente ningún acuerdo de este tipo, sí que los han tenido en el pasado.

Para **Ufesa**, las personas influyentes y webs de recetas son clave para difundir productos de cocina sana. Su credibilidad y autoridad en el ámbito de la alimentación saludable inspiran confianza entre sus seguidores, quienes se sienten motivados a probar estos productos. A través de demostraciones prácticas y creativas, muestran cómo incorporarlos en recetas nutritivas. Además, educan sobre los beneficios de una dieta saludable y cómo estos productos pueden ayudar a lograrlo.

Ufesa tiene claro que las plataformas online proporcionan contenido inspirador y motivador, ofreciendo una amplia variedad de recetas y consejos para una cocina más saludable. En esta línea, Ufesa ha creado vídeos para sus redes sociales sobre una gran variedad de recetas. En conjunto, estos actores desempeñan un papel fundamental al proporcionar información, inspiración y orientación que ayudan a las personas a adoptar hábitos alimenticios más saludables y a incorporar productos innovadores en su dieta diaria.

Para **Cecotec** las redes sociales ofrecen un gran potencial para acercar las marcas a los usuarios y mostrarles lo que son capaces de hacer sus productos, además de ayudar a resolver dudas sobre su funcionamiento. Así, además de un exhaustivo plan de contenidos con explicaciones acerca de su uso, ideas o recomendaciones para plataformas como Instagram, Facebook o YouTube, Cecotec también ha creado su propia web de recetas en las que intervienen productos de su catálogo como freidoras de aire Cecofry, Ollas GM o robots de cocina Mambo. Igualmente, Cecotec se apoya en prescriptores afines a la marca. Se trata de perfiles que realizan reviews detalladas sobre sus productos periódicamente y juegan un papel muy importante a la hora de ayudar a los usuarios a sacarle el máximo provecho a cada electrodoméstico. A su vez, también ayudan a conectar con su público objetivo y descubrirles soluciones que pueden encajar perfectamente con sus necesidades.

En las páginas siguientes se ofrece información sobre una selección de productos y marcas que ayudan a cocinar sano.

# Cecotec

[www.cecotec.es/es](http://www.cecotec.es/es)



El catálogo de PAE de cocina de Cecotec incluye numerosos productos que dan respuesta a la actual tendencia *healthy*. He aquí algunos ejemplos.

## Cecofry Rain

Primera freidora de aire del mercado con **autodosificador integrado**, según la marca. Este sistema pulveriza automáticamente la cantidad de aceite justa, según el tipo de elaboración, para obtener resultados perfectos y más saludables.

## Cecofry Smoking Duo 6000

En la categoría de freidoras de aire se abren paso también nuevos modelos que ofrecen cada vez más capacidad, potencia y **funciones innovadoras**. Un ejemplo de ello es la nueva Cecofry Smoking Duo 6000, una alternativa a las barbacoas y parrillas tradicionales que permite disfrutar de un sabor ahumado en pocos minutos, sin necesidad de encender el fuego y con todas las comodidades de una airfryer. Con hasta 2000 W y 6 litros de capacidad, puede usarse con *chips* de madera para potenciar el aroma de carnes, pescados y verduras y obtener texturas únicas. Tiene doble resistencia, un sistema de cocción 3D y otras tecnologías como la *PerfectCook* que mejoran los resultados.



## Mambo Cooking

Asimismo, los robots de cocina Mambo Cooking, con **autodispensador de alimentos**, dosifican la cantidad exacta de cada ingrediente en el momento indicado. Además de revolucionar la cocina automática, al reducir al máximo la presencia del cocinero durante el proceso de elaboración, son grandes aliados para la preparación de recetas sanas.

## Batidoras Total Destroy

La original **tecnología Total Destroy** de las batidoras de vaso Grand Katana 2700MAX Total Destroy y de las batidoras de mano Katana 15 Total Destroy, consigue resultados más finos en menos tiempo y puede incluso con los alimentos más duros. Además, este mecanismo es ideal para preservar los nutrientes y, por tanto, la mejor opción para preparar zumos detox, cremas, purés o smoothies.



## Batidoras de vaso portátil

Otros productos que encajan a la perfección con un estilo de cocina saludable son las licuadoras de prensa fría, ideales para disfrutar de zumos que mantienen todas las propiedades de los ingredientes y evitan la oxidación, así como las batidoras de vaso portátil. Estas últimas ofrecen al usuario la comodidad de poder llevarse la bebida saludable donde se quiera. Algunos modelos de Cecotec como la batidora de vaso **Power Titanium 650 EasyGo** también incluyen tubos refrigeradores para mantener los batidos y smoothies fríos durante más tiempo.

# Taurus

[www.group-taurus.com](http://www.group-taurus.com)

Una de las mejores opciones para el bienestar físico y mental es seguir una dieta sana y equilibrada. Las recetas ligeras y bajas en grasas, combinadas con la práctica de algún deporte de manera regular, favorecen el bienestar.

Taurus ofrece numerosos productos que pueden ayudar a seguir una alimentación saludable. Es el caso de electrodomésticos como las freidoras de aire, los hornos, las planchas de asar, las batidoras o las *kettles*, que permiten cocinar sin grasas y beber mucho líquido. A continuación, una muestra.



## Freidoras de aire

La familia de freidoras de aire de Taurus es numerosa. Incluye modelos con diferentes capacidades, de entre 2 y 7,5 litros, para adaptarse a diferentes necesidades y familias tipo. Su denominador común es que permiten cocinar con el menor nivel de grasa posible, gracias a su tecnología **Air System Technology**, un sistema de circulación de aire que permite obtener una temperatura constante y un reparto del calor homogéneo en el interior de la freidora, consiguiendo así frituras rápidas, doradas y homogéneas.

Además, este sistema de calentamiento permite freír los alimentos sin aceite, obteniendo resultados igual de sabrosos, pero con hasta un 99% menos de grasas. El modelo de freidora de aire Taurus más reciente es **Air Fry Digital 360**, con doble resistencia, arriba y abajo, para una cocción de 360°. Consigue una fritura más uniforme y en la mitad de tiempo.

## Zumos y batidos

Para los amantes de la fruta, ahora que se acerca el verano, las batidoras de vaso Taurus son una propuesta interesante. También para aquellos a los que les cuesta comerla, ya que beberla es una solución más cómoda pero igual de sana y nutritiva. En este sentido, la nueva gama de batidoras de vaso Prior de Taurus permite preparar todo tipo de batidos de frutas para poder beberlos durante el día. El modelo **Prior Advance+ 1800**, además, elabora zumos sin nada de pulpa, gracias a su filtro.



## Cocinar a la plancha

Entre las opciones de la comida sana está lo cocinado a la plancha. Aquí, Taurus ofrece un surtido muy completo de planchas de asar portátiles. Es una manera de cocinar perfecta para todas aquellas personas que se esfuerzan en seguir una dieta equilibrada y no quieren renunciar al sabor de un buen asado. Las planchas permiten asar carne, pescado o verdura con muy poco o nada de aceite, dorando la comida por el exterior y dejándola muy jugosa por dentro. **Steakmax 2600** es una plancha de asar XXL que garantiza una cocción homogénea en toda la superficie. Incluye un revestimiento Triple Skin con 3 capas de antiadherente, para evitar que los alimentos se peguen.



SS-10890.



SS-10895.



SS-10900.

**Sogo** <https://store.sogo.es/>

Tres son las nuevas freidoras de aire de Sogo. El modelo SS-10890 tiene 6l de capacidad, 1.700W de potencia y 12 funciones preestablecidas. Por su parte, la freidora SS-10895 destaca por su cesta XXL de 10,5l, con separador móvil para cocinar 1 o 2 platos a la vez. Cuenta con 2.600W de potencia y 10 funciones preestablecidas. Finalmente, el modelo SS-10900 cuenta con 7,5l, 2.150W de potencia, 10 funciones preestablecidas y doble resistencia.

Todas incluyen recordatorio automático de agitación de alimentos a mitad de cocción, tecnología de circulación de aire caliente y de alta velocidad a 360°, temperatura ajustable, temporizador, recetario digital, pantalla digital con luz LED y panel de control táctil.



**Braun** [www.braunhousehold.com/es-es](http://www.braunhousehold.com/es-es)

La Minipimer 9 es una batidora de mano de última generación ideal para preparar batidos, sopas y salsas de forma rápida y fácil, gracias a su amplia oferta de accesorios. Su potente motor de 1.200W garantiza un rendimiento superior en cualquier tarea de mezclado. Gracias a la innovadora tecnología ACTIVE Blade, las cuchillas se mueven hacia arriba y hacia abajo, logrando resultados muy finos. La tecnología PowerBell asegura una mezcla uniforme y el sistema SPLASH Control evita salpicaduras. Su brazo desmontable permite la compatibilidad con accesorios EasyClick Plus, para una mayor versatilidad y experiencia de uso.

**Russell Hobbs** <https://es.russellhobbs.com/>

Las freidoras de aire Russell Hobbs Satisfry permiten cocinar todo tipo de alimentos con muy poco o sin aceite. Incluso, el modelo Satisfry Air & Grill (26520-56, en la imagen) permite realizar cocciones lentas a baja o media temperatura, consiguiendo muy buenos resultados. Además, son de uso muy sencillo e intuitivo al integrar varios programas predeterminados y sus accesorios son fácilmente lavables en el lavavajillas.





**Ufesa** [www.ufesa.es](http://www.ufesa.es)

Las freidoras de aire utilizan tecnología de circulación de aire caliente para cocinar los alimentos, lo que permite obtener resultados crujientes y deliciosos sin necesidad de sumergirlos en aceite. Esto reduce significativamente la cantidad de grasa y calorías en las comidas, haciéndolas más saludables sin sacrificar el sabor. El último lanzamiento de Ufesa, el modelo Phoenix, dispone de función vapor que proporciona una textura crujiente por fuera y un interior jugoso. Tiene 6 litros de capacidad y su doble resistencia arriba y abajo garantiza una cocción uniforme.

**Ufesa** [www.ufesa.es](http://www.ufesa.es)

Las batidoras de vaso son ideales para preparar batidos, smoothies y otras delicias saludables. Sus potentes cuchillas y varios ajustes de velocidad permiten mezclar fácilmente una variedad de ingredientes frescos para crear bebidas y comidas nutritivas. La batidora Nutriboom, es uno de los productos estrella de Ufesa. Su potente motor, sus cuchillas de acero inoxidable y su tecnología avanzada, tritura y mezcla los ingredientes a la perfección. Es una opción versátil y fácil de usar, con dos vasos: uno de 0,8 l y otro de 0,5 l.



**Ariete** <https://riverint.com>

La freidora de aire Ariete 4626, de 6 l de capacidad, cuenta con una ventana transparente para ver el estado de la cocción de los alimentos. Dispone de pantalla táctil y 8 programas predefinidos, además de permitir usar la configuración manual. Fríe las comidas con un 80% menos de grasa y solo una cucharada de aceite. Ideal para freír productos congelados y empanados. Fácil de limpiar, gracias a las cestas antiadherentes extraíbles, tiene un bajo impacto medioambiental, porque no produce aceite usado, que es uno de los residuos en circulación más difíciles de eliminar.



**Philips** [www.philips.es](http://www.philips.es)

Con la Airfryer de Philips es posible obtener unos acabados crujientes por fuera y tiernos por dentro y cocinar platos con hasta un 90% menos de grasa gracias a su exclusiva tecnología patentada, RapidAir, que mueve el aire por el interior de la freidora para cocinar 360°. Es la única freidora del mercado que hace este tratamiento del aire para mejorar los resultados y es uno de los motivos principales por lo que es la más vendida a nivel mundial. La Serie 3000 tamaño L ofrece 4,1 l de capacidad, pantalla táctil y 7 programas preestablecidos.





**Jata** [www.jata.es](http://www.jata.es)

La marca ofrece muchos productos para cocina sana, como planchas de asar, freidoras de aire, hornos de sobremesas, cocinas al vapor o preparadores de leche vegetal. La familia de planchas de asar, que incluye modelos con control electrónico de temperatura, son un buen ejemplo al permitir preparar los alimentos con muy poco aceite. Además el exceso de grasa de los propios alimentos va a parar a las bandejas recogesalsas.

**Bosch** <https://www.bosch-home.es/electrodomesticos>

Todos los pequeños electrodomésticos de la marca para la preparación de alimentos promueven una cocina sana y equilibrada. Así, sus batidoras de mano y de vaso, licuadoras, procesadores de alimentos, etc, permiten preparar platos saludables de forma rápida y sencilla, aprovechando al máximo los nutrientes de los alimentos y facilitando la preparación de recetas frescas y caseras. Por ejemplo, las batidoras de vaso, como el modelo VitaBoost, preparan smoothies, batidos de frutas, sopas y salsas caseras. Al triturar los alimentos, se conservan mejor sus nutrientes y se facilita la digestión.



**Smeg** [www.smeg.es](http://www.smeg.es)

El robot de cocina SMF03 de Smeg incorpora el batidor de bordes flexibles. Diseñado para crear mezclas cremosas y uniformes, este accesorio especial de 3 brazos optimiza la combinación de ingredientes, haciendo que la preparación sea más rápida y eficiente. Los elementos de silicona alcanzan todas las superficies del bol, eliminando la necesidad de detener la máquina.





## Panasonic

[www.panasonic.com](http://www.panasonic.com)

Entre los últimos lanzamientos de la marca figuran dos nuevos modelos de Airfryer: NF-CC600 (en la imagen) y NF-CC500. Ambas freidoras de aire proporcionan vapor tanto arriba como abajo, lo que permite una cocción más uniforme para conseguir unos platos sabrosos y saludables. Gracias a su tecnología de flujo de aire 360° los alimentos cocinados se someten a una preparación más rápida y presentan una textura crujiente, reduciendo el consumo de energía y los tiempos de cocción. El tiempo de cocción de ambas freidoras de aire oscila entre 1 y 60 minutos, y el rango de temperatura entre 80°C y 200°C. La potencia de los modelos es de 100 W, con una capacidad de 6 litros para la CC600 y 5 litros en el caso de la CC500.

## Xiaomi [www.mi.com/es](http://www.mi.com/es)

La freidora de aire Smart Air Fryer Pro, de 4 litros de capacidad, cuenta con una ventana que permite seguir el proceso de cocción más fácilmente. Este modelo fríe sin aceite, hornea, prepara yogures, descongela y hasta deshidrata fruta. Su sistema de circulación de aire caliente de 360° le aporta más eficacia. También dispone de cocción a baja temperatura, de 40 a 80 °C, recetario inteligente en la nube, programación 24 horas, pantalla oled y parrilla exclusiva para un mejor aprovechamiento del espacio. Además, la cesta tiene un revestimiento antiadherente y resistente que facilita su limpieza.



## Moulinex [www.moulinex.es](http://www.moulinex.es)

La freidora de aire y grill Dual Easy Fry & Grill, se caracteriza por su capacidad de 8,3 litros y su acabado en acero inoxidable. Al estar equipada con dos cajones, uno extragrande de 5,2 l y otro normal de 3,1 l, permite cocinar dos comidas diferentes al mismo tiempo. O utilizar uno u otro en función del número de comensales.

Cuenta con 8 programas preestablecidos, incluida una función grill exclusiva: patatas fritas, pollo, verduras, pescado, postre, deshidratar, modo manual y grill. Equipada con un panel de control digital de fácil manejo, permite ajustar la temperatura en un rango de 40 a 200 C°. Tiene 15 años de reparabilidad.





**SharkNinja** <https://riverint.com/>

La freidora de aire Ninja Max Pro (6,2 l) AF180EU cuenta con seis programas de cocción: freír, asar, recalentar, deshidratar, gratinado y horneado. Esta freidora de aire, que tiene 6,2 litros de capacidad, permite cocinar de forma más saludable, así como consumir hasta un 60% menos de energía que con un horno. Igualmente, su flujo de aire rápido asegura un calentamiento uniforme y un cocinado hasta un 50% más veloz que un horno de ventilador. Esta freidora de aire resulta asimismo fácil de limpiar gracias al revestimiento antiadherente que incorpora.

**Nutribullet** [www.nutribullet.com](http://www.nutribullet.com)

La batidora personal Nutribullet Ultra 1000 permite preparar batidos y smoothies de forma rápida y fácil. Esta batidora de mil vatios de potencia destaca por su bajo nivel de ruido y sus cuchillas extractoras rápidas. Este modelo permite pasar de los ingredientes frescos al batido en solo 30 segundos, según la marca. Asimismo puede procesar alimentos calientes. Incluye vaso de 900 ml fabricado con Tritan Renew duradero, sin BPA y tapas para llevar.



**Haier** [www.haier-europe.com](http://www.haier-europe.com)

La Air Fryer I-Master Series 5 de Haier es más que una freidora de aire, es un auténtico sous chef con 9 funciones. Su control de temperatura preciso y amplio, le permite usar diferentes métodos de preparación de alimentos, incluyendo la cocción lenta y el asado. Además, su ventana superior de vidrio transparente permite controlar el estado de los alimentos en todo momento sin necesidad de abrir la cesta. Presenta doble bandeja, es apto para lavavajillas y dispone de 7 litros de capacidad. Igualmente, según el fabricante, permite ahorrar hasta un 70% de energía, un 50% de tiempo y un 90% de calorías.



**Severin** <https://severin.com/es-es/>

El grill de contacto Sevini Pro KG 2395 ofrece numerosas posibilidades de asado gracias a sus 7 programas automáticos diferentes, además del programa de asado manual, para todos los gustos. Así, por ejemplo, el programa "Perfect Steak" cuenta con un sensor que detecta el grosor de los alimentos, de manera que va avisando de los diferentes niveles de cocción experimentados por la comida. Al ser completamente abatible su superficie, el electrodoméstico se puede utilizar tanto como grill de contacto como parrilla de mesa. El grill cuenta con un interruptor de encendido/apagado que facilita su uso. Además, también cuenta con una bandeja en la parte trasera que recoge la grasa que se desprende de la cocción, y facilita su limpieza.

**Vitamix** [www.vitamixespana.com](http://www.vitamixespana.com)

La batidora Vitamix Explorian E520 en color rojo es un modelo muy potente, con 2,2 CV, y estética industrial que ofrece tres programas automáticos y cuenta con siete años de garantía. Está equipada con una jarra de 2 litros de capacidad y permite preparar batidos, helados o sopas calientes. Igualmente, prepara purés leches vegetales, papillas... y es capaz de triturar ingredientes secos y picar hielo. Dispone de control de velocidad manual



**Magimix** [www.magimix.com](http://www.magimix.com)

El procesador de alimentos Magimix 5200 XL es ideal para muchos comensales. En este sentido, permite preparar hasta 1,2 kilos de masa de pan, 1 kilo de brioche, 1,4 kilos de carne, o batidos y sopas de 1,8 litros. Entre sus funciones, además de las clásicas para batir, amasar o mezclar, también incluye las de rallar, picar, laminar o emulsionar. Igualmente, junto a su gran capacidad, también destaca por su potencia y sus cuchillas de acero Thiers que le permiten picar hielo sin problemas y manejar masas espesas. Tiene disponible numerosos accesorios opcionales para exprimir y extraer zumos en frío, o preparar smoothies y leches vegetales.

Las ventas de pequeño electrodoméstico para el cuidado del cabello aumentaron un 9,6% en 2023

# Los productos para el cuidado del cabello siguen al alza



Si algo tenemos los españoles que no podemos remediar es que somos un "pelín" presumidos y nos importa nuestra imagen. De hecho, somos de los europeos que más nos aseptamos y por eso, las ventas de pequeño aparato electrodoméstico de cuidado personal están entre las principales de la categoría de PAE. De hecho, el Barómetro del Gasto en retail de NIQ y GfK relativo a 2023 indica que ese año, las ventas de productos para el cuidado

del cabello crecieron por encima de la media de la categoría de PAE, que se situó en el 7,6%. Así, por ejemplo las ventas de secadores de pelo aumentaron un 9,6% en 2023 y la de moldeadores lo hicieron también un 9,1%.

Como explican en **Ufesa**, "durante el confinamiento, muchas personas se vieron obligadas a realizar rutinas de cuidado personal en casa debido al cierre de salones de belleza. Este cambio impulsó la búsqueda y adquisición de productos como secadores de pelo, planchas para el cabello, etc. La necesidad de cuidar la salud capilar desde casa fue el principal motor de esta demanda. La demanda continúa siendo significativa, reflejando una preferencia continua por los productos de cuidado personal".

Igualmente, desde **Philips** apuntan que tras el COVID, la tendencia alcista se ha mantenido y que la demanda de productos para el cuidado del cabello crece a doble dígito. También mencionan su depiladora de luz pulsada Lumea que experimentó un boom brutal en pandemia por el cierre de los centros de estética y que, si bien ya no es tan acusado como entonces, sus ventas siguen aumentando.

Para **Sogo**, los crecimientos en secadores y planchas de pelo son consecuencia de la continuidad del efecto pandemia

Más allá de lo sucedido durante la pandemia, que el cierre de centros de estética disparó las ventas de productos de cuidado personal, los datos de NIQ relativos a 2023 demuestran que las categorías de cuidado del cabello y estética llegaron para



quedarse y actualmente se han convertido prácticamente en productos de primera necesidad.

En este sentido, en **Cecotec** destacan el carácter estacionario de las ventas de su gama de cuidado personal que se mantienen prácticamente estables a lo largo del año, aunque haya picos como Navidad o verano, en las que determinadas familias experimentan incrementos lógicos, como las depiladoras, las versiones para viajar o aquellos productos destinados al cuidado facial, la pedicura y manicura.

Sin embargo, el aumento de la demanda de secadores y otros electrodomésticos para el cuidado personal hay que contextualizarlo dentro de la ola de culto al cuerpo y de la práctica del deporte que hace tiempo que vivimos y en la que los tratamientos de estética se han convertido en una práctica habitual para una parte importante de la población. La mayor esperanza de vida y las ganas de realizar prácticas saludables que nos mantengan en forma tiene su reflejo a nivel de un mayor cuidado de la salud y de nuestro aspecto.

### Centros de estética y belleza que inspiran

Quizás, por ello, una parte importante de la innovación que desarrollan los fabricantes de pequeño aparato electrodoméstico de

cuidado personal a la hora de lanzar sus novedades se inspira precisamente en los centros de belleza y estética. Así, por ejemplo, en **Ufesa** reconocen que dichos centros "suelen estar a la vanguardia de las últimas tendencias y tecnologías en cuidado personal", y que, por ello, "los fabricantes y desarrolladores de productos a menudo se inspiran en los tratamientos y técnicas utilizados en estos centros para crear productos accesibles a nivel doméstico. Además, la demanda de resultados profesionales en casa impulsa la innovación en estos productos, llevando a mejoras en la eficacia, comodidad de uso y seguridad".

En la misma línea, **Sogo** considera que "los centros de estética / profesionales pueden ejercer una influencia significativa en el desarrollo de productos de cuidado personal al impulsar la adopción de tecnologías innovadoras, la utilización de ingredientes efectivos, la mejora de la experiencia del usuario y la creación de tendencias de estilo de vida y belleza".

Por su parte, desde **Philips** apuntan que la influencia de los centros de estética en el mercado del PAE de cuidado personal es evidente: "toda la innovación en aparatología de grandes centros se acaba extrapolando a mercados más asequibles y accesibles, como son el de uso en casa". En este sentido, aseguran que ellos apuestan por esta transformación de la tecnología para adaptarla a nivel doméstico. Y ponen ejemplos como las categorías de depilación de luz pulsada (IPL) o cabello, a la vez que explican que hay otras innovaciones que están aún por venir, como la radiofrecuencia.



# Cecotec

[www.cecotec.es/es](http://www.cecotec.es/es)

La amplia oferta de pequeño electrodoméstico de Cecotec para cuidado personal permite al fabricante español mantener prácticamente estables sus ventas en esta categoría a lo largo del año, aunque reconoce que existen picos como pueden ser la campaña de Navidad o, para el caso de determinadas familias de producto, la época estival.

## Moldeadores AirGlam

Desde Cecotec destacan el crecimiento de su categoría de productos destinados al cuidado del cabello y especialmente de sus **cepillos de aire**, que han experimentado un incremento de las ventas del 2.465% en 2023 respecto a los resultados obtenidos el año anterior.

Esta familia está formada por productos versátiles, que permiten al usuario conseguir peinados con distintos acabados haciendo uso de un único dispositivo. Un claro ejemplo de ello es la línea de **moldeadores AirGlam**, lanzada recientemente por la marca y que, como explican desde la empresa valenciana, se ha vuelto viral en tiempo récord.

Estos dispositivos están disponibles en diferentes colores e incluyen múltiples cabezales intercambiables con revestimiento de cerámica que cuidan el cabello, como un secador, cepillos moldeadores de distinto tamaño, cepillos alisadores o cilindros rizadores que funcionan con efecto Coanda. Gracias a esta tecnología revolucionaria son capaces de emitir niveles de aire óptimos para atraer y enrollar el cabello suavemente en la superficie curva de los cilindros, de manera que ayuda a ondular el pelo. Igualmente, sus 1.400 W de potencia, permiten al usuario secar, alisar, moldear, ondular o rizar su cabello fácilmente y también olvidarse del *frizz* gracias a su sistema de iones.





Secadores iónicos  
SS-3225 y SS3235.

**Sogo** <https://store.sogo.es/>

Para Sogo, el del cuidado del cabello es un nicho seguro dentro del mercado de productos de cuidado personal. Por eso, entre sus soluciones específicas destacan los secadores de pelo con tecnología iónica SS-3225 y SS-3235. Estos modelos también incluyen tecnología Jetflow, control inteligente, concentrador y difusor magnético, y pantalla digital LED, entre otras características. Además, el modelo SS-3235 destaca por su motor BLDC de alta potencia. Igualmente, Sogo ofrece la plancha de pelo profesional SS-3865, equipada con placas de aluminio con revestimiento de cerámica y turmalina 'flotantes' para un uso suave y una experiencia de alisado perfecta. Además, el secador de pelo digital SS-3690 cuenta con Motor DC, con 6 velocidades y 8 temperaturas.



Secador digital SS-3690.



Plancha de pelo SS-3865



**Ufesa** [www.ufesa.es](http://www.ufesa.es)

El secador Pro Ionic-Tech ofrece un secado rápido gracias a su motor digital de alta velocidad y tecnología ultra-silenciosa, además de generar iones negativos para eliminar la humedad y reducir la electricidad estática. Sus accesorios magnéticos son perfectos para peinados lisos o rizados.

**Ufesa** [www.ufesa.es](http://www.ufesa.es)

La plancha X-treme Infrared regula la humedad natural del cabello, proporcionando hidratación y protección adicional. Sus placas con revestimiento de cerámica y micro-acondicionadores de aceite de argán garantizan un cabello suave y brillante, ya sea liso o con ondas.





**Beurer** <https://riverint.com/>

El secador de pelo Beurer Excellence HC-100, de 1.700 vatios de potencia, incorpora un potente motor AC con flujo de aire selectivo, que seca el cabello de forma rápida y cuidadosa. Cuenta con una carcasa ultraligera de policarbonato y ofrece un diseño compacto y ergonómico. Asimismo, integra una función de iones para proporcionar una mayor suavidad. Dispone de versátiles accesorios como una boquilla profesional estrecha de 7 mm y un difusor, que se pueden colocar de forma magnética sobre el secador de pelo. De este modo, el cambio del cabezal se realiza en un abrir y cerrar de ojos.

**Remington** <https://es.remington-europe.com/>

La afeitadora de cabeza XR1500 es perfecta para conseguir un look apurado. Esta herramienta ofrece resultados apurados gracias a sus 5 cabezales flexibles que se adaptan a cualquier superficie, permitiendo llegar a todos los rincones de la cabeza y adaptándose a su forma. El modelo X5 puede usarse con y sin espuma, y se limpia fácilmente. Consigue toda la cabeza rasurada en un tiempo medio de 2 minutos. Igualmente, su batería dispone de una autonomía de 50 minutos.



**Solac** <https://solac.com/>

El nuevo secador de pelo ultra ligero Fast 2200 Légere de Solac es fácil de manejar y no carga el brazo durante su uso, gracias a su peso de tan solo 340 gramos. Su potencia de 2.200 W garantiza un secado muy rápido, eliminando la humedad incluso de aquellas melenas más densas, en tiempo record. El nuevo secador ultra-ligero Fast 2200 Légere de Solac cuenta con 2 velocidades y 3 temperaturas para secar y peinar el cabello de forma muy rápida y adaptarlo a las necesidades de cada peinado. Incluye un botón de aire frío que cierra la cutícula del cabello y fija el peinado.

**sonitrón**



**Panasonic** [www.panasonic.com](http://www.panasonic.com)

Con el objetivo de ofrecer un cuidado personal masculino inigualable, innovador y completo, Panasonic apuesta por una nueva manera de afeitarse con la afeitadora Wet&Dry compacta de la Serie 900 ES-PVGB. Gracias a esta avanzada solución, Panasonic acerca un concepto novedoso de afeitado más natural, puesto que las características del producto permiten una mayor proximidad a la piel con el fin de mejorar el contorno y otorgar una mayor precisión al prescindir del mango de la afeitadora. Como resultado, este sistema de cinco cuchillas de acero inoxidable japonés con motor lineal con 70.000 acciones de corte por segundo permite un afeitado apurado y duradero en cualquier parte.

**Philips** [www.philips.es](http://www.philips.es)

La depiladora de luz pulsada Lumea Serie 9000, desarrollada en colaboración con dermatólogos y profesionales, resulta una herramienta de cuidado personal ideal para reducir el vello durante largos periodos de tiempo desde la comodidad del hogar. Según el fabricante, se trata de un producto apto para todas, gracias a su sensor SmartSkin que detecta el tono de piel e indica el ajuste de potencia de luz más adecuado para cada persona. Sus diferentes cabezales curvos inteligentes, diseñados para adaptarse perfectamente a cada zona del cuerpo, realizan el tratamiento más eficaz para cada área: cuerpo, cara, zona del bikini o axilas. Además, cuenta con una app gratuita que ayuda a planificar y cumplir el programa de tratamiento de forma personalizada, guiando paso a paso en cada sesión.



**Jata** [www.jata.es](http://www.jata.es)

A la serie profesional de Jata pertenece el secador SC1013. Se trata de un modelo iónico, equipado con un motor AC. Este secador seca a la vez que hidrata el cabello. Incluye un concentrador de aire extraplano, un difusor y función de aire frío instantáneo.

Además de su motor profesional AC, este modelo de secador cuenta con un generador continuo de iones, un filtro posterior extraíble y un pulsador de fase fría instantánea. Igualmente, ofrece tres posiciones de caudal de aire y tres niveles de temperatura. Su potencia es de 2.000 W.

Patinetes y bicicletas eléctricas configuran el mapa de la movilidad urbana española en los últimos años. Cada vez son más los usuarios que se animan a utilizar estos medios de transporte privado y sostenible, con grandes ventajas para su autonomía personal y también para el planeta

# La **movilidad green** continúa ganando adeptos

Transporte y contaminación solían ir de la mano hasta hace poco tiempo. En mayor o menor medida, la mayoría de medios que utilizábamos para movernos dentro de nuestra propia ciudad, o incluso en desplazamientos interurbanos, tenían una serie de desventajas, en cuanto a emisiones de dióxido de carbono, ruido, congestión del tráfico y también uso del espacio público.

Sin embargo, de un tiempo a esta parte, las calles se han llenado de unas nuevas alternativas **eficientes y cómodas**. No es sorprendente que hayan cautivado ya a un tercio de la población española, que se declara usuaria habitual de patinetes eléctricos o medios similares. Y son más a los que les atrae la idea.

Según datos del **Observatorio Cetelem** obtenidos en un estudio que realizó a finales de 2023, el 23% de los españoles tiene la intención de comprar una bici o un patinete eléctrico este año. Además, este porcentaje aumenta hasta el 42% si la franja de edad se reduce a los 18-24 años.

Los factores más importantes para su compra son el precio, para casi la mitad de los usuarios (un 45%) y la sostenibilidad, aunque con una importancia menor, relevante solo para el 26% de los encuestados. Cabe destacar que este factor ha crecido cuatro puntos respecto a la última consulta del Observatorio Cetelem sobre este tema, realizada en 2022. Por último, la tienda donde adquirir el vehículo es también importante para un 15% de consumidores.

Asimismo, valoran la garantía que ofrecen las marcas por la compra de estos productos y las facilidades de pago, teniendo



El **23% de los españoles** tiene la intención de comprar una bicicleta o patinete eléctrico este año, según datos del Observatorio Cetelem. En el caso de los jóvenes, este porcentaje **aumenta hasta el 42%**.

en cuenta que son artículos con precios algo elevados y poca gente puede permitirse desembolsar esas cantidades a la hora de la compra, especialmente en la situación actual de inflación y subida de precios.

## ¿Quién y cómo es este usuario?

Más allá de estas cifras, también conviene saber quiénes son los grupos interesados en este tipo de movilidad urbana privada y sostenible y cómo son estos usuarios en concreto.

En primer lugar, se ha visto que los más interesados son los jóvenes, concretamente la **generación Z**, en el punto de mira de las grandes marcas. Según la empresa de micromovilidad Dott, el 80% de sus usuarios son menores de 25 años. Además, los recorridos que suelen hacer en patinete eléctrico son cortos, con una distancia media por viaje de 2,73 kilómetros. Es por ello que una gran cantidad de usuarios se decanta por patinetes de bajo



precio, con prestaciones algo más básicas y características de autonomía reducida, puesto que no les parece que necesiten una batería excesivamente duradera, al tratarse de trayectos de proximidad.

Además, los datos de Dott muestran que la mayoría de los usuarios no los usan para sustituir completamente el transporte público, sino que suelen combinarlos. 2 de cada 3 conductores de patinete o bici eléctrica cuentan también con un **abono regular de transporte público**.

Este apunte choca con las recientes limitaciones y normativas implementadas en grandes ciudades españolas, que regulan o incluso prohíben este tipo de vehículos en **metros, trenes, autobuses y tranvías**. Barcelona fue la primera en limitar su circulación y finalmente eliminar estos dispositivos del transporte público, tras varios incidentes relacionados en su mayoría con incendios de las baterías. Más tarde, la han seguido restricciones en Madrid, Valencia, Bilbao, Sevilla, Zaragoza o Palma de Mallorca, entre otras.

El quid de la cuestión es lograr una buena convivencia entre peatones, medios de transporte convencionales (como el coche o el autobús) y estos nuevos vehículos. Esto tiene que ir de la mano de las autoridades locales, las empresas del sector y la buena predisposición de los usuarios.

Estos interrogantes llevan a algunos usuarios a desconfiar de la seguridad que brindan este tipo de vehículos, especialmente a su seguridad personal y de quienes están a su alrededor. Por ello,



Los más interesados en los patinetes eléctricos son los jóvenes, **menores de 25 años**. Los recorridos que suelen hacer en patinete eléctrico son cortos, con una **distancia media** de 2,73 kilómetros

las marcas y fabricantes deben hacer énfasis en estos aspectos, mejorando los dispositivos y promocionando breves guías para que los usuarios hagan de ellos un uso seguro.

### Ventajas que aprecian sus usuarios

Pese a estas desventajas, está claro que su uso también tiene una serie de beneficios a considerar. El estudio comentado de Observatorio Cetelem recogió algunas de las opiniones de los encuestados. Muchos de ellos destacan la autonomía que les otorga, y la facilidad que conlleva el desplazamiento con este tipo de vehículos, que no acarrearán problemas de aparcamiento. Asimismo, su mantenimiento y los gastos derivados es mucho menor que en el caso del coche o la moto.

Además, por supuesto, de los beneficios medioambientales que suponen. Varios estudios señalan que un patinete eléctrico produce unos 11 gramos de CO<sub>2</sub> por kilómetro, frente a los 142 gramos de CO<sub>2</sub> por km que produce un coche de gasolina.

[www.elobservatoriocetelem.es](http://www.elobservatoriocetelem.es)



### Cecotec [www.cecotec.es](http://www.cecotec.es)

Una de las marcas referentes en movilidad sostenible de los últimos años es Cecotec. La empresa valenciana cuenta ya con más de 40 modelos distintos de patinetes eléctricos, bicicletas, algún ciclomotor e incluso una nueva categoría a la que llaman bicinete: un vehículo sin sillín, como un patinete, pero con grandes ruedas, como las bicicletas.

Su línea de patinetes Bongo está entre las más reconocidas y vendidas en la categoría en España. Uno de sus modelos más recientes y de gran éxito es el modelo X45 Connected, un patinete de 750W de potencia y autonomía de hasta 45 kilómetros, que permite desplazamientos urbanos habituales con total tranquilidad y comodidad.

Dispone del sistema de conducción adaptativa S-Driving System, característico de Cecotec, para ir a la velocidad y potencia más adecuadas en todas las situaciones.

En cuanto a la categoría de bicinetes, el más potente hasta ahora es el Troton Fat Suspension, con motor de 1.300W y autonomía de 75 kilómetros. Cuenta con una rueda fat trasera de 20 pulgadas y una delantera todavía más grande, de 26 pulgadas. Está equipado con un doble disco de freno de alta precisión y suspensión delantera, que permite conducirlo por cualquier terreno con tranquilidad y comodidad.

Además, lleva una base de madera XL para lograr la máxima estabilidad y confort para el usuario. Un punto muy positivo de todos los patinetes y bicinetes de Cecotec es que cumplen con todos los requisitos de la nueva normativa española de circulación y están homologados por la Dirección General de Tráfico (DGT).

### Xiaomi [www.mi.com/es](http://www.mi.com/es)

Otro rey del mercado de los patinetes eléctricos es Xiaomi, con varios modelos a precios bajos y disponibles en una amplia red de tiendas, tanto físicas como online. La marca china sigue por su cuarta generación, a la espera de que presente una nueva, y cuenta con varios modelos de esta última generación, para todo tipo de públicos. El modelo básico, Xiaomi e-scooter 4, tiene una potencia máxima de 600W y autonomía de 30 kilómetros, ideal para desplazamientos urbanos, rutinarios, de poca distancia y sin demasiada dificultad. Cuenta con un tamaño totalmente actualizado respecto a la generación anterior, con 3 centímetros más de altura, 6 cm de longitud, 5 cm de anchura del manillar y una plataforma 1,5 cm más ancha. Dispone de neumáticos sin cámara de 20 pulgadas, con un mejor rendimiento de absorción de impactos y con mayor estabilidad y comodidad al conducir, incluso en carreteras con baches.

La línea cuenta también con el modelo 4 Ultra, de aspecto deportivo y futurista. Su motor es bastante más potente, de 940W, que lo dota de una autonomía mucho mayor, de 70 kilómetros. Sin embargo, las ruedas se mantienen en las 10 pulgadas. Cuenta con cuatro modos distintos de conducción y el manillar es también algo más alto y ancho, para una experiencia mejorada.

Por otro lado, el patinete 4 Lite es el modelo más sencillo y básico de la gama de Xiaomi. Su potencia nominal es de 300W y tiene una autonomía de 20 kilómetros, algo más sencillo y delicado que los otros dos vehículos. Por ello, el 4 Lite es una opción ideal para usuarios primerizos, que se estrenen en el mundo de los patinetes y la movilidad eléctrica. Cuenta con sistema de doble freno, con e-ABS delantero y freno de tambor trasero, para garantizar la máxima seguridad. Asimismo, la plataforma es igual de ancha que la del modelo base, el Xiaomi 4, para una conducción estable y cómoda.





**Smartgyro** [www.smartgyro.es](http://www.smartgyro.es)

La española SmartGyro es otra marca destacada en el mercado nacional, con distintos modelos de patinetes y también de bicicletas eléctricas, en un amplio rango de precios, para todo tipo de usuarios y necesidades. Uno de los últimos modelos de mayor éxito es Speedway, un patinete con potencia máxima de 800W y hasta 50 kilómetros de autonomía. Cuenta con ruedas neumáticas de 10 pulgadas, doble suspensión, triple frenada e intermitentes. Asimismo, está ya certificado por la DGT, requisito ya obligatorio para circular en España. Por ello, la compañía ya certifica cada nuevo modelo que presenta, y va descatalogando y dejando atrás aquellas referencias más antiguas que no cuentan con el sello de Tráfico.

**Segway-Ninebot** [es-es.segway.com](http://es-es.segway.com)

El último modelo de Segway-Ninebot es E2 Pro E, un patinete urbano y resistente con 750W de potencia y autonomía de hasta 35 kilómetros. Dispone de doble freno: delantero de tambor y freno electrónico trasero, para la máxima seguridad. Asimismo, cuenta con un sistema de control de tracción (TCS) antideslizante, y ruedas neumáticas de 10 pulgadas sin cámara, a prueba de fugas de aire. La marca presenta la nueva tecnología RideyLong en este patinete. Gracias a una mejora de la batería y a una optimización en el uso de la energía, maximiza su alcance sin necesidad de agregar una batería adicional ni de hacerla más grande, lo cual se vería reflejado en el diseño del patinete y lo haría también más pesado.



**Navee** [es.naveetech.com](http://es.naveetech.com)

Navee también renueva constantemente su catálogo de e-scooters. Uno de los modelos más nuevos es S65C, un modelo de patinete urbano, ligero y cómodo para moverse por la ciudad. Pese a su tamaño compacto y su ligereza, dispone de una elevada potencia máxima de 900W, y autonomía de hasta 65 kilómetros, rasgos distintivos y habituales en las gamas altas de patinetes o de alto rendimiento. Dispone de doble suspensión delantera y trasera, para una conducción cómoda en todo tipo de pavimentos. Además, cuenta con un potente sistema de frenado delantero y trasero. Adaptando la tecnología central a nivel automatizada, el patinete activa el modo de conducción inteligente a una velocidad establecida, reduciendo la tensión en el conductor.



### Pure Electric [www.pureelectric.es](http://www.pureelectric.es)

La firma británica Pure Electric renueva su gama Air con el nuevo Pure Air3, “la próxima generación de patinetes eléctricos”. Sus populares modelos son urbanos, cómodos, fiables y potentes, con un motor de 710W en esta última gama y autonomía de hasta 50 kilómetros con su modo Pro+. Para una ligereza máxima y a tope de velocidad, la autonomía puede reducirse a los 30 kilómetros. Toda la gama cuenta con estabilización de la dirección activa y potentes luces e intermitentes, en el manillar y en las ruedas, para garantizar su visibilidad y la máxima seguridad del usuario. Cuenta con freno eléctrico trasero regenerativo y el modo de control de crucero, ideal para trayectos largos.

### Acer [www.acer.com/es-es](http://www.acer.com/es-es)

La marca de ordenadores y electrónica se introdujo en el mercado de la movilidad eléctrica apenas el año pasado, y ya cuenta con varios modelos y gamas de patinete eléctrico. Uno de sus lanzamientos recientes es el Predator Extreme PES017. Este tipo de patinete es muy diferente del resto de la línea de Acer, con un diseño más todoterreno y futurista, que se aleja de la concepción urbana y ligera de otros patinetes. Cuenta con un motor de 960W de potencia máxima, con autonomía de hasta 32 kilómetros. Incorpora unos frenos de disco delantero y trasero ágiles y con gran capacidad de respuesta, para una conducción fluida y maniobrabilidad precisa. Su estructura y construcción, junto al amortiguador trasero, lo hacen más resistente.



### Olsson & Brothers [www.olssonandbrothers.com](http://www.olssonandbrothers.com)

Los patinetes de Olsson & Brothers son ligeros y adaptables a todo tipo de públicos, desde novatos y principiantes hasta usuarios más avanzados. El modelo Mamba Lite es un claro ejemplo de ello, y una de sus novedades. Cuenta con un motor de 850W y autonomía de 35 kilómetros. Incorpora luces delanteras y traseras de LED, así como sistema de doble frenado, con disco delantero y eléctrico ABS. También lleva suspensión delantera y doble amortiguación trasera, para una conducción cómoda y optimizada. Su presentación es moderna y ligera, con una plataforma espaciosa, pero compacta, y un manillar robusto. Lleva también intermitentes en sendos puños, acompañado de un display multifunción en el centro.



### Niu [www.niu.com/es](http://www.niu.com/es)

La compañía cuenta con un amplio abanico de posibilidades en movilidad eléctrica, desde patinetes hasta ciclomotores, pasando también por la bicicleta, la EUB-01. Lo definen como su vehículo con mayor eficiencia energética hasta el momento, combinando la energía eléctrica con la propia del usuario. Su potente motor de buje trasero de 750W y con nueve velocidades hace que todos los viajes sean cómodos y eficientes. Tiene una autonomía de hasta 85 kilómetros y alcanza una velocidad máxima de 45 km/h. Cuenta con tres modos de conducción, para todo tipo de situaciones y terrenos.

### Youin [www.weareyouin.com/es-es](http://www.weareyouin.com/es-es)

Por su parte, Youin está especializada en las bicicletas eléctricas y cuenta también con un catálogo interesante de patinetes. Sin embargo, sigue dominando en la primera categoría, con uno de sus modelos más recientes: Porto. Se trata de un modelo eléctrico plegable y ultra compacto, con potentes ruedas neumáticas todoterreno de 20 pulgadas y autonomía de hasta 45 kilómetros. Dispone de 5 modos de asistencia al pedaleo y cambio Shimano de 7 velocidades. Alcanza los 25 km/h y cuenta con una cómoda pantalla que indica el nivel de batería e incorpora velocímetro.



### Zwheel [www.zwheel-shop.com](http://www.zwheel-shop.com)

Zwheel cuenta también con modelos tanto de patinetes como de bicicletas. Destaca la Rider Rock, como bicicleta eléctrica todoterreno, para ciudad, campo y montaña. Lleva ruedas Kendra de 20 x 4 pulgadas, así como batería con potencia de 250W y autonomía de hasta 60 kilómetros. Dispone de cambiador Shimano con 7 velocidades y alcanza los 25 km/h. Su cuadro está hecho con una aleación de aluminio de elevada calidad, para asegurar una mayor durabilidad y resistencia. Además, añaden una pantalla LCD como asistencia, que muestra la velocidad.



### Tucano [www.tucanobikes.net](http://www.tucanobikes.net)

Las bicicletas eléctricas de Tucano incluyen una gran variedad de modelos, desde plegables, compactos, más urbanos y *mountain bikes* todoterreno, como la Monster 20LTD. La definen como "un moped eléctrico plegable adecuado para cualquier situación". Cuenta con un motor de 500W y batería de 600W que aporta una autonomía de hasta 100 kilómetros. Lleva frenos de disco hidráulicos, que potencian la seguridad y precisión en el frenado, y un sillín de gel para ofrecer una comodidad sin igual. Sus potentes ruedas neumáticas de 20 pulgadas son antipinchazos, muy resistentes.



Las ferias EuroCucina y FTK - Technology for the Kitchen se celebraron del 16 al 21 de abril en Milán, en el marco del Salón del Mueble y la Semana del Diseño de la ciudad italiana. Varias marcas referentes en electrodomésticos presentaron novedades y productos exclusivos.

# Electrodomésticos con IA y sostenibilidad, lo visto en EuroCucina 2024

EuroCucina llegó a su 24ª edición con la participación de 105 empresas expositoras del sector del mobiliario de cocina, industrias auxiliares y también electrodomésticos. En este último ámbito, se presentaron interesantes novedades de producto y tecnologías nunca vistas, que destacaron por sus funcionalidades o por su sostenibilidad.

La cocina toma cada vez más un papel central en las viviendas, mientras que el diseño de interiores adopta un enfoque más holístico, en el que la cocina se convierte en una estancia clave, que refleja los valores de una época compleja. El deseo de convivir, el bienestar, la serenidad y la comunión con la naturaleza deben quedar plasmados en las cocinas, también a través de sus electrodomésticos.



El deseo de convivir, el **bienestar**, la serenidad y la comunión con la naturaleza deben quedar plasmados en las **cocinas**, también a través de sus **electrodomésticos**.

Los equipamientos de la cocina se integran, dejando paso a un espacio multifuncional y versátil, con la isla como elemento central y que integre la más alta tecnología. Gracias a la innovación tecnológica, los materiales han mejorado garantizando mayor durabilidad y menor posibilidad de deterioro.

## FTK - Tecnología para la cocina

El complemento orgánico de EuroCucina, FTK - Tecnología para la cocina, presentó soluciones de tecnología inteligente, responsable e integradora para un futuro más sostenible. Pudieron verse aplicaciones inteligentes orientadas a mejorar el estilo de vida y a minimizar el impacto de las actividades domésticas cotidianas en el medio ambiente.

Los electrodomésticos inteligentes y conectados facilitan las tareas, desde refrigeración hasta cocción y extracción. Un elemento fundamental es también el ahorro energético efectivo de los productos, así como su capacidad para hacer más sostenibles los hábitos del consumidor.



*Hornos y placa de cocción de Candy, novedades presentadas en EuroCucina 2024.*

## Presencia de Beko

Una de las marcas destacadas en EuroCucina fue Beko, con un amplio stand de 1.000 metros cuadrados como espacio para experiencias en vivo y la exhibición de nuevos productos y tecnologías. Bajo el lema “*Strong Roots, Feed the Future*”, Beko destacó cómo los electrodomésticos pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de los consumidores.

Entre las tecnologías innovadoras y sostenibles integradas en sus electrodomésticos, Beko resaltó su sistema EnergySpin en lavadoras, que logra reducir el consumo de energía en un 35% gracias a distintos movimientos del tambor. También en lavado, pero en este caso en lavavajillas, mostraron su línea AutoDose, que dosifica la cantidad de jabón necesaria según la suciedad, logrando reducir el uso de productos químicos. Además, cuentan con la tecnología Aquatech, que lleva a cabo un uso más eficiente del agua y reduce su consumo.

Por otro lado, disponen de la línea de frigoríficos HarvestFresh, que conservan las frutas y verduras frescas durante más tiempo, contribuyendo a reducir el desperdicio de alimentos. En cuanto a la gama de cocción, los hornos con sistema Aeroperfect aseguran resultados uniformes, mientras que funciones como la limpieza por pirólisis facilitan la tarea sin necesidad de químicos.

Igualmente, la compañía emplea materiales reciclados y biocompuestos en la fabricación de sus productos, tales como plástico reciclado en la lavadora RecycledTub y redes de pesca recicladas en el modelo de horno RecycledNet.



Manuel Royo, director de marketing de la compañía, expresó la responsabilidad que asumen “con la innovación y la sostenibilidad, que impulsa cada aspecto de nuestro trabajo. Al elegir Beko, no solo se adquiere un electrodoméstico, también se establece un compromiso con un estilo de vida más saludable. Apostamos por tecnologías más ecológicas, así como por el uso de materiales alternativos, menos contaminantes”.

Las innovaciones de la marca promueven la cocina autónoma y las nuevas tecnologías, más silenciosas, que promueven la sostenibilidad ambiental, la eficiencia energética y, con ello, el bienestar del consumidor.

Por otro lado, cabe también destacar la inteligencia artificial, que se consolida en el sector como complemento que ayuda a crear una nueva experiencia, totalmente centrada en el usuario. Un ecosistema de *smart home* es ya una realidad, garantizando la interoperabilidad de los electrodomésticos: frigoríficos, hornos, lavavajillas, placas de cocción, incluso de diferentes marcas.

A continuación, les ofrecemos un resumen de algunas marcas que expusieron en EuroCucina 2024 y presentaron novedades en electrodomésticos, con gamas exclusivas, conectividad, experiencias premium y tecnologías sostenibles.

## Samsung presentó nueva gama

Samsung estrenó en EuroCucina su nueva gama premium de productos conectados de cocina y estilo de vida. Mostraron la conectividad entre múltiples dispositivos, así como las funciones innovadoras de sus nuevos productos, hechas para cambiar la vida en el hogar. La marca dispuso su stand en dos zonas principales: Bespoke AI y cocina premium de encastre.

La primera área presentaba su gama de electrodomésticos conectados y con funciones impulsadas por inteligencia artificial.



Por ejemplo, el frigorífico de cuatro puertas con AI Family Hub+ dispone de una pantalla LCD en el panel frontal derecho, donde los usuarios pueden ver recetas recomendadas. Por otro lado, integra AI Vision Inside, con una cámara interna para identificar hasta 33 alimentos frescos.

La línea Bespoke cuenta también con varios modelos de lavadora, con calificaciones energéticas de A-10%, A-20% e incluso A-40%, con un gran ahorro energético extra. Este último modelo se complementa con la tecnología Bubble Shot, que ahorra agua y tiempo de ciclo bombeando el agua del interior del tambor.

En cuanto a la gama de encastre, presentó el frigorífico Built-In Bottom Mount, un modelo extra-ancho, compatible con WiFi y que ayuda a reducir el consumo de energía hasta un 10%, gracias a su AI Energy Mode. También un nuevo lavavajillas con sistema Waterjet Clean, con programas extra silenciosos y que proporciona una limpieza intensiva en todos los ángulos. Finalmente, mostró la puerta deslizante Kitchen Fit, que permite que el lavavajillas se pueda integrar en la cocina.

## La nueva identidad de Candy

La marca reconocida por sus modelos de gama de entrada Candy aprovechó la feria mundial para presentar su nueva identidad de marca, nuevo logotipo y una nueva gama de electrodomésticos



conectados. Incluye electrodomésticos de cocción, tanto hornos como placas; lavadoras y lavavajillas, y frigoríficos, de encastre y de libre instalación.

En esta última categoría, destaca la línea Candy Fresco, con múltiples innovaciones para asegurar una frescura y conservación óptimas. Están disponibles en 54 ó 70 cm de ancho, en diferentes clasificaciones energéticas y opciones de equipamiento interno. Incorporan la tecnología Circle Fresh Total No Frost, el cajón Adaptative Humidity Area y Panorama Light. También cuenta con las funciones Door Openings, para registrar los hábitos de apertura; Tips & Hints, para optimizar el ahorro energético, y la Fridge Blackout Alert, en caso de avería o desconexión.

Sus nuevos productos incorporan tecnologías manejables a través de la aplicación hOn, la plataforma de gestión del grupo Haier, al que pertenece Candy.

## Miele, con su stand sensorial

El stand de Miele era un espacio novedoso y distintivo, con experiencias inmersivas y tecnológicas que potenciaban su imagen de marca, bajo el lema *"La cocina que estimula los sentidos"*.



Las novedades se centraron principalmente en su línea de extracción, con nuevas combinaciones de colores en sus campanas extractoras y funciones digitales en los electrodomésticos.

La nueva generación de Miele incluye diseños de ventilador de techo y sin cabezal. Estas campanas extractoras se integran en cocinas y salas de estar de planta abierta, ideal con las actuales tendencias en diseño de cocina. Además, sus modelos sin cabezal ofrecen mayor libertad de movimientos al cocinar, con un diseño todavía más compacto. Asimismo, están disponibles en opciones de color adicionales, como en aspecto de hormigón o bronce patinado.

## La cocina inteligente de Siemens

Las novedades de Siemens se centran en funcionalidades tecnológicas de sus electrodomésticos, así como en la compatibilidad con su app Home Connect.

Destaca la nueva línea iQ700 studioLine, con los nuevos modelos de horno, placa de inducción con extracción integrada y campanas extractoras inclinadas. Los hornos de esta gama cuentan con reconocimiento automático de alimentos, para identificar más de 40 recetas y recomendar los ajustes más adecuados para cada proceso. Asimismo, incluye una pequeña cámara con funcionalidades de inteligencia artificial y un sensor con 5 niveles de cocción, para encontrar el punto perfecto de cada plato.



También presentaron modelos nuevos de frigoríficos, tanto americanos de cuatro puertas, como modelos combi de dos puertas en formato XXL, con una anchura de 70 cm y altura de 193,5 cm. Así, ofrecen hasta un 45% más de espacio de almacenamiento.

## Bosch, innovación y funcionalidad

Las novedades de Bosch van en una línea parecida, como firma perteneciente al grupo BSH. Presentan también nuevos hornos, placas de inducción y campanas extractoras inclinadas, con diseños modernos, innovaciones y priorizando su funcionalidad.

Cabe destacar las nuevas placas con extracción integrada Series 6. Cuentan con la tecnología Easy Flex Zone, que permite cocinar en cuatro fuegos independientes o crear una zona de cocción más grande, uniendo dos de las áreas en una superficie más amplia, para recipientes alargados y grandes raciones. Dispone también del sensor PerfectFry+, capaz de mantener las sartenes y recipientes a una temperatura constante para conseguir resultados uniformes, con 11 niveles distintos. Esta función es especialmente útil para cocciones como salsas, carnes y estofados.



En cuanto a su función de extracción, consigue disipar y eliminar con eficiencia vapores y malos olores en la cocina, sin necesidad de dispositivos adicionales. La gama Series 6 de Bosch incluye también placas de inducción sin extracción integrada.

La marca alemana presentó también campanas extractoras inclinadas, de sus nuevas líneas Series 6 y Series 8, que incluyen también conectividad con otros electrodomésticos de cocción de la compañía a través de la app Home Connect, como por ejemplo los también nuevos hornos Series 8.

## Frigoríficos y vinotecas de diseño de Smeg

Smeg hizo gala de su nueva gama de frío Dolomite, que combina la funcionalidad de la refrigeración profesional en los ambientes domésticos. Frigoríficos, congeladores y vinotecas configuran esta línea. En esta última categoría, ofrecen modelos de 88 centímetros con capacidad para 40 botellas, y de 178 cm, para almacenar hasta 83 botellas de vino.

La marca italiana presentó también la línea Blu Mediterraneo, en colaboración con la firma de moda Dolce & Gabbana. Los colores de las olas se entremezclan con la pureza del blanco en un elegante estampado mayólico. Esta gama cuenta con frigoríficos, hornos, campana extractora y varios elementos de PAE, como hervidores, tostadoras y cafeteras.



## Whirlpool apuesta por el encastre

Whirlpool presentó su nueva gama de electrodomésticos integrados WCollection Kitchen Suite, combinando funcionalidad, estilo y sofisticación, con un marcado enfoque en el bienestar.

Incluye un nuevo horno, que detecta y ajusta la temperatura de cocción mediante su sonda de detección de alimentos, impulsada por la tecnología 6th Sense de la marca. Además, es la primera de su clase capaz de monitorear platos a base de líquidos. Así, logra unos resultados muy precisos en todo tipo de alimentos y recetas. Cuenta también con funciones especiales como cocción al vapor, *sous-vide* y AirFrying.



Por otro lado, la placa de inducción de la gama permite cocinar con facilidad y minimiza la necesidad de un control continuo de la olla, gracias a HeatControl. Con esta función, el usuario puede especificar la temperatura exacta deseada para cada receta.

## Electrolux, centrado en la sostenibilidad

Por su parte, el grupo Electrolux puso el foco en la sostenibilidad con EcoLine Hub, una instalación presentada en FuoriSalone, en el marco del Salón del Mueble y EuroCucina. Dispuesta como un hogar, la sala estaba dividida en dos áreas principales, exponiendo diversos productos de su gama EcoLine.

Uno de los espacios se centraba en la cocina, con novedades como el horno de vapor Steamboost 800 o la placa SenseBoil 700, con el nuevo cristal SaphirMatt. El otro, dedicado al lavado, presentó una nueva gama de lavadoras y secadoras, equipadas con filtro de microplásticos. Presentan un diseño renovado, con una mejor experiencia de usuario a través de la interfaz SmartSelect. Incorporan también la tecnología SensiCare+, para ahorrar agua, energía y también tiempo.



## El stand de LG y Signature Kitchen Suite

Finalmente, cabe destacar el stand de LG, que presentó novedades tanto de la marca homónima, con electrodomésticos de libre instalación, como productos nuevos de la marca premium Signature Kitchen Suite, con modelos de encastre.

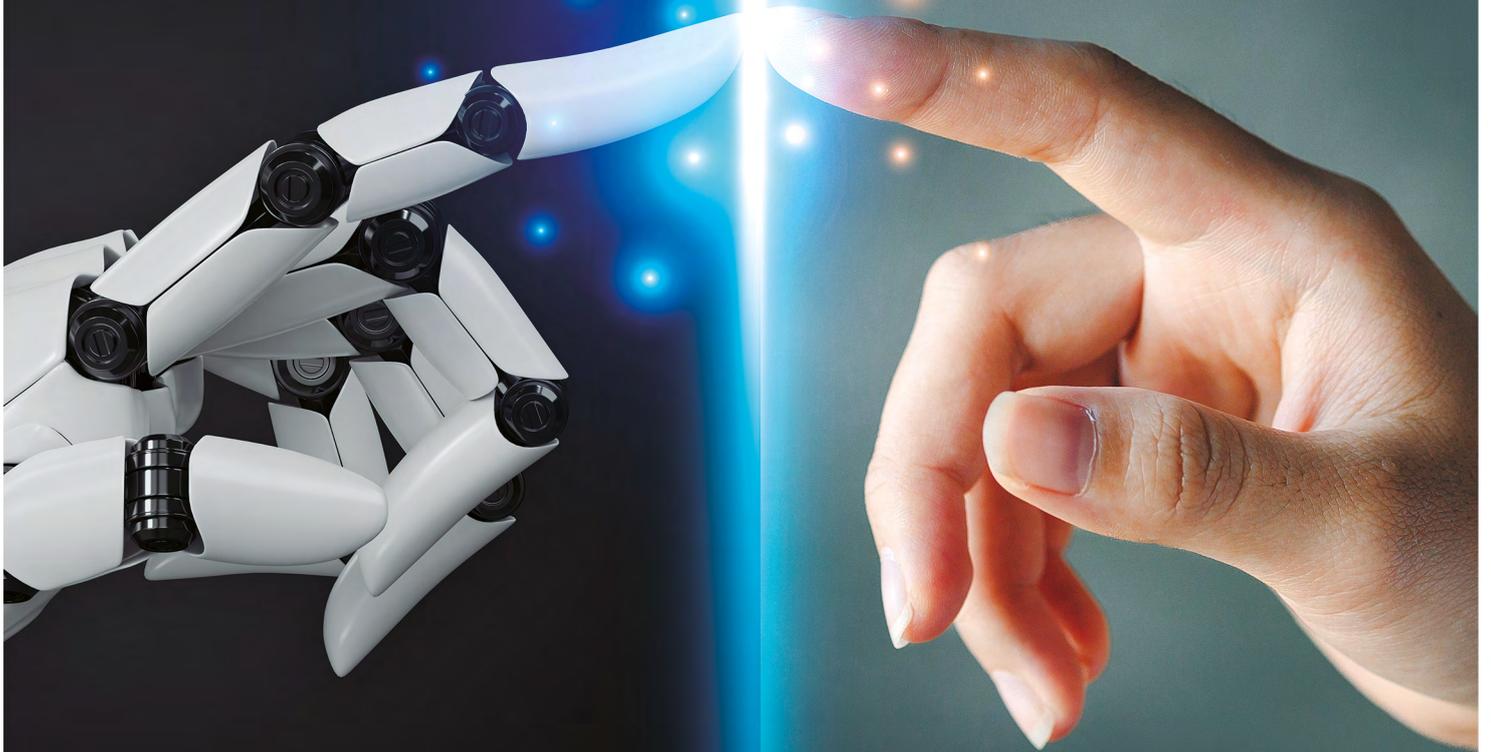
En cuanto a las novedades de LG, se pudieron ver los nuevos frigoríficos LG InstaView con MoodUP, que disponen de altavoces integrados y puertas luminosas de colores. Además, se puede cambiar precisamente esta iluminación, a través de la app LG ThinQ. Esta conectividad da también acceso a múltiples funciones adicionales.

Por otro lado, Signature Kitchen Suite mostró su nuevo frigorífico combinado French Door de 48 pulgadas, el horno de 24 pulgadas con Gourmet AI, la placa de inducción All-Free de 36 pulgadas y la campana Downdraft, también de 36 pulgadas. Destaca la tecnología ProBake del horno Gourmet AI, que proporciona un calor uniforme y una cocción rápida.



[www.salonemilano.it](http://www.salonemilano.it) / [www.beko.com](http://www.beko.com) / [www.samsung.com/es](http://www.samsung.com/es) / [www.candy-home.com/es\\_ES](http://www.candy-home.com/es_ES) / [www.miele.es](http://www.miele.es)  
[www.siemens.com/es](http://www.siemens.com/es) / [www.bosch-home.es](http://www.bosch-home.es)  
[www.smeg.com/es](http://www.smeg.com/es) / [www.whirlpool.es](http://www.whirlpool.es) / [www.lg.com/es](http://www.lg.com/es)

# sonitrón



La feria IFA Berlín celebrará su edición de 2024 entre los próximos 6 y 10 de diciembre, donde presentará un rediseño tanto de su imagen como de su logotipo con motivo de su centenario

# IFA Berlín renueva su logotipo e imagen por su centenario

IFA Berlín, feria mundial de electrónica de consumo y electrodomésticos, presentó el pasado mes de abril un rediseño tanto de su logotipo como de su imagen por su **centenario**, que celebrará entre el 6 y el 10 de diciembre de 2024.

En este sentido, a lo largo de los últimos seis meses, IFA Management GmbH ha renovado toda la **marca IFA**, en colaboración con sus accionistas, gfu Consumer & Home Electronics GmbH y Clairon Ltd.

Además, se encomendó dicha tarea a la agencia Highsnobiety, especializada en **comunicación** y reconocida mundialmente en el ámbito del estilo de vida y la moda.

## Homenaje a los orígenes de IFA

En concreto, se buscó que el cambio de imagen rindiera homenaje a los **orígenes** de la marca IFA, dándole relevancia de cara al futuro. De este modo, se tomó como inspiración el lanzamiento de la televisión en color en Alemania Occidental en 1967, cuando el entonces vicescanciller Willy Brandt pulsó el simbólico botón rojo en IFA.

Así, se ha desarrollado un esquema de color similar al patrón de prueba del televisor, que se emitía al finalizar un programa hasta mediados de los noventa. Esta **paleta de colores** homenajea a importantes productos electrónicos de consumo del pasado, al tiempo que mantiene la marca actual, contemporánea y orientada al futuro.



Asimismo, el **nuevo diseño** persigue que toda la red de IFA se sienta aludida, por lo que se dirige por igual tanto a la electrónica de consumo como a los electrodomésticos.

También, la icónica cabeza "Funk-Otto", diseñada por Hemut Lortz hace 70 años, deja de figurar en el **logotipo principal**, pese a que los expositores y visitantes de la feria la encontrarán en diversas ocasiones específicas.

Por otro lado, el nombre "Internationale Funkausstellung", del que derivan las tres letras de IFA, aparece en una de las variantes del logotipo. Sin embargo, a partir de ahora las tres letras significarán "Innovation für Alle", que se traduce al español como "Innovación para todos".

Igualmente, con este nuevo lema y el nuevo diseño gráfico, IFA pretende expresar **accesibilidad y transparencia**, para llegar a un público tan diverso como la ciudad de Berlín, donde tiene su sede.

[www.ifa-berlin.com](http://www.ifa-berlin.com)

## Samsung descubrió sus soluciones en climatización en Rebuild 2024

Samsung Climate Solutions mostró sus soluciones en climatización, conectividad y sostenibilidad para el año 2024 en el stand con el que contó en la feria Rebuild 2024, que tuvo lugar entre los pasados 19 y 21 de marzo en IFEMA Madrid.



## eRetail Congress 2024 trató los desafíos del futuro inmediato del retail

Marcas líderes como Leroy Merlin, Supermercados Plaza, UNOde50 o Glent Shoes se reunieron en eRetail Congress 2024, que tuvo lugar el pasado 29 de mayo en Madrid, para compartir las tendencias estratégicas para afrontar con éxito los **desafíos del futuro** inmediato del retail.

En concreto, profesionales destacados de estas marcas minoristas participaron en ponencias, mesas de debate y casos de éxito, donde analizaron los desafíos a los que deben hacer frente.

## Las principales marcas de electrodomésticos, en Casa Decor 2024

Algunas de las principales marcas de electrodomésticos y aparatos electrónicos expusieron sus productos en Casa Decor 2024, en una edición que se celebró entre los pasados 11 de abril y 26 de mayo en el Palacio de la Trinidad de Madrid.

Entre las marcas que estuvieron presentes en Casa Decor, se hallan Siemens, AEG, Miele y Bang & Olufsen. De este modo, Siemens integró sus electrodomésticos en tres cocinas, y AEG descubrió su placa de cocción SaphirMatt. En cambio, Miele mostró sus productos premium en dos espacios distintos, mientras que Bang & Olufsen presentó su proyecto «Vibes and Senses», creado con Estudio Alegría.

## Más de 60 expositores y 30 horas de charlas y talleres en Guadalindie

La feria de **videojuegos indie** Guadalindie, que se celebró en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA) entre los pasados 3 y 4 de mayo de 2024, ofreció más de 30 horas de charlas y talleres por parte de profesionales de referencia del sector.

También, en el evento, organizado conjuntamente por la asociación MálagaJam y el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga (FYCMA), del Ayuntamiento de Málaga, se presentaron más de 60 videojuegos diferentes.



## Eurofred abordó en Enerxética 2024 los retos del sector energético

Eurofred asistió, entre los pasados 11 y 13 de abril en Silleda (Pontevedra), a la feria de la energía Enerxética 2024, una cita que reunió a 5.500 visitantes, incluyendo profesionales y consumidores del **sector energético**.

La firma estuvo allí para abordar con sus tecnologías más avanzadas los principales retos del sector, que son romper la dependencia de los combustibles fósiles, extender las energías renovables y ajustar el consumo energético a través de la eficiencia.



## Junio

### 04/07

Taipéi (Taiwán)

#### COMPUTEX TAIPEI

Feria comercial anual de informática y tecnología en Asia.

[www.computextaipei.com.tw](http://www.computextaipei.com.tw)

### 04/06

Macao (China)

#### GLOBAL GAMING ASIA

Feria internacional para la industria asiática de los videojuegos.

[www.g2easia.com/](http://www.g2easia.com/)

### 06/08

Nairobi (Kenia)

#### MEGA CLIMA KENYA

Exposición internacional de aire acondicionado y refrigeración de Kenia.

[www.megaclimaexpo.com](http://www.megaclimaexpo.com)

### 11/12

Londres (Reino Unido)

#### EXCLUSIVELY SHOW

Exposición de artículos para el hogar, vajillas y pequeños electrodomésticos.

[www.exclusivelyshows.co.uk](http://www.exclusivelyshows.co.uk)

### 19

Madrid (España)

#### CONGRESO AECOC DE BIENES TECNOLÓGICOS DE CONSUMO

Evento anual para los profesionales y expertos del sector de los bienes tecnológicos de consumo.

[www.aecoc.es](http://www.aecoc.es)

### 21/23

Varsovia (Polonia)

#### ELECTRONICS SHOW

Feria internacional de productos y servicios de electrónica de consumo.

[electronics-show.com](http://electronics-show.com)

## Julio

### 08/10

Shanghái (China)

#### ELECTRONICA CHINA

Feria internacional de componentes, sistemas, aplicaciones y soluciones electrónicas.

[www.electronicachina.com.cn](http://www.electronicachina.com.cn)

### 10/12

Buenos Aires (Argentina)

#### ELECTRONICS HOME

Evento B2B de artículos para el hogar, electrodomésticos, telefonía móvil e informática.

[www.electronicshomeargentina.com/](http://www.electronicshomeargentina.com/)

### 15/18

São Paulo (Brasil)

#### ELETROLAR SHOW

Evento para la industria y los minoristas de electrodomésticos y productos electrónicos.

[www.eletrolarshow.com.br](http://www.eletrolarshow.com.br)

### 17/19

Ho Chi Minh (Vietnam)

#### VIETNAM ETE

Exposición de equipos eléctricos y energías renovables.

<https://vietnam-ete.com/vn/en>

### 19/21

Nueva Delhi (India)

#### VIBRANT INDIA

Feria de electrodomésticos y otros artículos para el hogar.

[www.vibrantindiafair.com](http://www.vibrantindiafair.com)

## Agosto

### 02/04

Shanghái (China)

#### TEXCARE ASIA

Feria internacional de lavandería textil y tecnología y equipos de limpieza.

[www.texcare-asia.hk.messefrankfurt.com](http://www.texcare-asia.hk.messefrankfurt.com)

### 06/08

Santa Clara (Estados Unidos)

#### FMS

Evento internacional para la industria de la memoria y el almacenamiento,

[www.futurememorystorage.com/](http://www.futurememorystorage.com/)

### 07/10

Manila (Filipinas)

#### WOCEE

Feria B2B de electrónica de consumo en Filipinas.

[www.wocee.ph](http://www.wocee.ph)

### 07/09

Jakarta (Indonesia)

#### IEAE

Feria internacional de electrónica de consumo y electrodomésticos inteligentes.

[www.ieae.co.id](http://www.ieae.co.id)

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



# SOMOS AGENTES DIGITALIZADORES

HASTA  
**12.000€**  
PARA TU NEGOCIO

PÁGINAS WEB  
TIENDAS ONLINE  
REDES SOCIALES  
GOOGLE ADWORDS

# Electrodomésticos Beko, máxima fiabilidad para disfrutar sin preocupaciones

Test de fiabilidad de las puertas

se han abierto y cerrado

**300.000**

veces

Test de fiabilidad de las puertas

se han abierto y cerrado

**20.000**

veces

Test de fiabilidad  
de la cesta inferior

soporta

**16KG**

testado en más de  
100.000 ciclos

