

# sonitrón

452 / Primer trimestre 2025

sonitron.net

El mercado de **bienes tecnológicos de consumo** creció un 6,6% en 2024

**Marketplaces:** crecimiento, tendencias clave e impacto social

La **aeroterminia** se configura como el futuro estándar de climatización doméstica

La **telefonía móvil** sigue evolucionando al compás de la IA



## 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)



## Agua caliente disponible de forma rápida e inteligente.

La nueva gama de **termos eléctricos Bosch Tronic planos TR4501 TR y TR7501 T** con un nuevo diseño fácil de instalar dentro de armarios y posibilidad de instalación reversible.

Gracias al doble tanque la producción de agua caliente es más rápida y eficiente.

Con función Smart para la predicción de hábitos de consumo en ambos modelos e Iluminación del anillo del display en el modelo TR7501 T que indica la capacidad real del termo.

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



Tronic TR4501 TR

Tronic TR7501 T



452



:DGM

Dirección editorial  
direccion@doriagm.com

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

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

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

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

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

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

sonitrón.net  
sonitrón@doriagm.com



■ 4 EDITORIAL

El valor del cara a cara

■ 6 ON / OFF

■ 8 CURIOSIDADES

■ ACTUALIDAD

10 El mercado de bienes tecnológicos de consumo creció un 6,6% en 2024

12 Miró celebra la inauguración de su nueva tienda en Barcelona

13 Taurus Group presenta sus novedades para 2025 a su red comercial nacional

14 Beko Europe desvela las innovaciones de sus marcas líderes para 2025

15 La facturación de MediaMakt España creció un 10% en el ejercicio 23/24

16 Marketplaces: crecimiento, tendencias clave e impacto social

22 Breves



■ PRODUCTO

24 La aeroterminia se configura como el futuro estándar de climatización doméstica

32 La telefonía móvil sigue evolucionando al compás de la IA

■ FERIAS

38 La IA y la movilidad avanzada protagonizan el CES 2025

44 Simposium Ingram Micro: Impulsando el futuro de la distribución

45 Cloen y Graef presentan sus novedades en Ambiente 2025

46 El MWC regresa a cifras prepandemia en su edición de 2025

48 Breves

■ 50 CALENDARIO



## El valor del cara a cara

**E**stamos saturados de información acerca de cómo mejorar la experiencia del cliente: que si la Inteligencia Artificial, de lo que el público busca y quiere... Estudios de consultoras, que si chatbots, que si reseñas... Todo eso está muy bien, pero lo que al final cuenta es la satisfacción del cliente y, muchas veces, la tecnología, más que ayudar, supone todo un impedimento.

Todos tenemos la lamentable experiencia de haber llamado a atención al cliente de una aseguradora u operadora de telefonía en la que nuestro interlocutor era una máquina con opciones de "sota, caballo y rey", incapaz de entender nuestros problemas y por tanto, de solucionarlos, generando una enorme frustración.

Como seres humanos que somos, llevamos la sociabilización y el sentimiento de pertenencia a un grupo en nuestro ADN, por lo que las relaciones humanas son esenciales en nuestra vida. A nivel comercial, el cara a cara de las tiendas físicas, o la atención de calidad en las transacciones online con alguien al otro lado que entiende, comprende y puede ofrecer respuestas acorde con las necesidades de los clientes es un valor insustituible.

La tan cacareada fidelización de los compradores depende precisamente, del servicio, y este comienza con una buena atención en el punto de venta. Cuidar cómo tratamos a los demás es la base de todo negocio. No lo olvidemos.

# taurus

## STAIR SYSTEM

PLACA SUPERIOR  
REGULABLE

## DUAL HEAT TECH

CALIENTA SOLO LA  
PLACA INFERIOR,  
O AMBAS

NUEVA GAMA DE GRILLS BISTRO

# ELEVA TUS ASADOS A OTRO NIVEL



STAIR SYSTEM



DUAL HEAT TECH

ON 

La reapertura tras la DANA, el pasado 13 de febrero, del Centro Comercial Bonaire de Aldaia (Valencia), en el que se sitúa esta tienda de FNAC, supone una excelente noticia en lo que quiere representar la vuelta a la normalidad de la actividad comercial del centro. Han sido semanas de duro trabajo, de reponerse del mazazo y de volver a recobrar la ilusión de la vuelta, con más fuerza y más ganas. En el caso de la tienda de Fnac, en las tareas de reconstrucción han colaborado trabajadores de otras tiendas de Valencia, Málaga, Madrid y Sevilla.

Este establecimiento, inaugurado en el año 2018, dispone de una superficie de 900 m<sup>2</sup> y 19 empleados. Con su presencia en Bonaire, Fnac ha logrado ampliar su área de influencia en la Comunidad Valenciana, complementando la tienda que tiene en el centro de Valencia, Fnac San Agustín, desde 1997.

A causa de la DANA, el metro y medio inferior de la tienda quedó anegado por el agua, afectando a productos, mostradores, TPVs, taquillas y mobiliario de empleados. La tienda mantiene las mejoras realizadas el pasado mes de septiembre en la sección de libros, y se han agregado más metros a las áreas de merchandising, música, cine y sonido. También hay una nueva mesa con productos de Apple y una pequeña zona de comida asiática.

La reapertura llega con una promoción especial: financiación a 20 meses sin intereses para compras a partir de 299 euros.

La Asociación Federal Alemana de Gestión de Residuos, Agua y Circulación (BDE) ha calificado de críticas las nuevas normas más estrictas que han entrado en vigor en enero de 2025 en Europa en lo referente al envío transfronterizo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), por considerar que pueden afectar negativamente al mercado interior de la Unión Europea (UE).

Desde la BDE ven necesario el seguimiento del movimiento transfronterizo de residuos electrónicos para asegurar materias primas valiosas y evitar el vertido medioambiental. Sin embargo, consideran que para que la economía circular funcione se necesitan soluciones globales. Por ello, entienden que la prohibición total del envío de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos no peligrosos desde la UE a terceros países no pertenecientes a la OCDE va demasiado lejos.

Recordemos que este 2025 se han endurecido las normas para el envío de RAEE, tanto peligrosos como no peligrosos, a países externos a la UE. Así, el envío de RAEE a terceros países de la OCDE requerirá notificación y consentimiento previo por escrito, algo para lo que muchos de estos países no están preparados aún. Asimismo, los envíos fuera de la UE para terceros países no pertenecientes a la OCDE estarán totalmente prohibidos.

En cuanto al envío de RAEE peligrosos, también se aplicarán normas más estrictas dentro de la UE, estando ahora sujeto a notificación previa por escrito y aprobación de las autoridades.

Off 



Patrocinador Oficial

# JUEGA CON EL NÚMERO UNO DEL MUNDO\*



Nº1 DEL MUNDO EN GRANDES ELECTRODOMÉSTICOS POR 16º AÑO CONSECUTIVO\*

*\*Fuente Euromonitor International Limited;  
Consumer Appliances 2025ed, % cuota unidades, datos de ventas en volumen en 2024.*


**Electric Salt Spoon** [www.kirinholdings.com](http://www.kirinholdings.com)

Japón apuesta por la Electric Salt Spoon, una cuchara eléctrica desarrollada por Kirin, capaz de enviar cantidades pequeñas y seguras de corriente eléctrica a la comida para potenciar la percepción del sabor salado. El utensilio concentra los iones de sodio de los alimentos y la saliva en los receptores de la lengua provocando esta sensación.

Con corriente modificable en cuatro niveles y una autonomía de 30 horas, esta cuchara se encuentra disponible en el mercado asiático por 19.800 yenes, que al cambio son 125 euros.

**Bluetti SwapSolar** [www.bluettipower.com](http://www.bluettipower.com)

Entre los nuevos equipos de Bluetti destaca la Bluetti SwapSolar, una combinación de estación de carga y potente nevera portátil compatible con placas solares que cuenta con el añadido de la IA.

Su principal reclamo reside en que puede enfriar ininterrumpidamente hasta 6 días y producir, además, cubitos de hielo. Está equipada con baterías intercambiables y energía de sobra como para cargar también móviles, portátiles o pequeños electrodomésticos, lo que convierte a la Bluetti SwapSolar en una solución ideal para campistas o profesionales que trabajen al aire libre.


**Livall PikaBoost 2** [livall.com](http://livall.com)

La marca Livall ha presentado el Livall PikaBoost 2, un pequeño dispositivo que permite convertir en eléctrica cualquier bicicleta mecánica.

Este aparato de pequeñas dimensiones se instala fácilmente entre el sillín y la rueda trasera de la bicicleta, desde donde podrá impulsarla durante casi 100 km. Livall PikaBoost 2 funciona en prácticamente cualquier bicicleta, tiene un peso de solo 3 kg e incluye una batería intercambiable. Además, su precio al cambio es de unos 250 euros.





**Shell S1 Karaoke Machine** [ikarao.com](http://ikarao.com)

El segmento de los party speakers se está fragmentando con la incorporación de los karaokes portátiles. Destacan aquí los modelos de Ikarao, una marca relativamente nueva que se ocupa de integrar todo lo necesario para un karaoke en un único dispositivo.

El más llamativo es el Shell S1 Karaoke Machine, un gadget que por unos 400 euros al cambio incorpora micrófonos, tablets y altavoz en un solo equipo. Es capaz de sonar con una potencia de 280 W y tiene una autonomía de 5 horas, tiempo suficiente para divertirse cantando en cualquier lugar.

**Shanmu S2** [console.shanmu.ltd](http://console.shanmu.ltd)

El Shanmu S2 es un pequeño dispositivo que al colocarse en el interior de la taza del váter puede analizar indicadores clave de la orina en apenas unos minutos. Los resultados se recibirán en el móvil, permitiendo también monitorizar la evolución de todos estos parámetros. El Shanmu S1 puede detectar con exactitud hasta un total de 12 indicadores de salud, desde los niveles de glucosa o creatinina hasta el PH o las proteínas.

Se trata de un dispositivo prometedor pero que aun no tiene precio ni fecha de lanzamiento en España.



**Brita Cube** [www.brita.es](http://www.brita.es)



Brita ha desvelado su nuevo dispensador de agua caliente Brita Cube. En concreto, este dispositivo no solo filtra el agua a temperatura ambiente, sino que también la calienta en segundos gracias a sus 5 niveles de temperatura predefinidos.

Asimismo, incorpora el filtro Maxtra Pro Experto en Cal, que disminuye la cal y otras impurezas, logrando así realzar los sabores y aromas de las bebidas y eliminar los no deseados. Además, con el Brita Cube es posible disponer de agua filtrada en cualquier momento gracias a su gran tanque de 4 litros. Su precio en el mercado es de 249,99 euros.

AECOC anunció en febrero que el mercado de bienes tecnológicos de consumo creció un 6,6% en 2024, impulsado por el buen comportamiento del canal online y la alta demanda de electrónica de consumo

# El mercado de bienes tecnológicos de consumo creció un 6,6% en 2024



El informe «Evolución y perspectivas en BTC», elaborado por GfK para el Comité de Bienes Tecnológicos de Consumo de AECOC, revela que el **mercado de bienes tecnológicos de consumo** creció un 6,6% en 2024 en comparación con el año anterior, gracias a un gran desempeño en los últimos meses del año.

Del mismo modo, este crecimiento se vio impulsado, en gran medida, por el **comportamiento del canal online**, que registró un incremento interanual del 11,9%. En cambio, el canal tradicional solo logró crecer un 4,9%.

Carlos Torme, director de Expansión de AECOC, afirmó: **“El e-commerce sigue demostrando un mayor dinamismo que el canal tradicional, en gran parte por la consolidación de los ‘pure players’ dedicados al comercio electrónico. Así lo refleja el crecimiento del 32% que**

*este canal experimentó en diciembre con respecto al mismo mes del año anterior”.*

## Liderazgo de las telecomunicaciones, el GAE y la informática

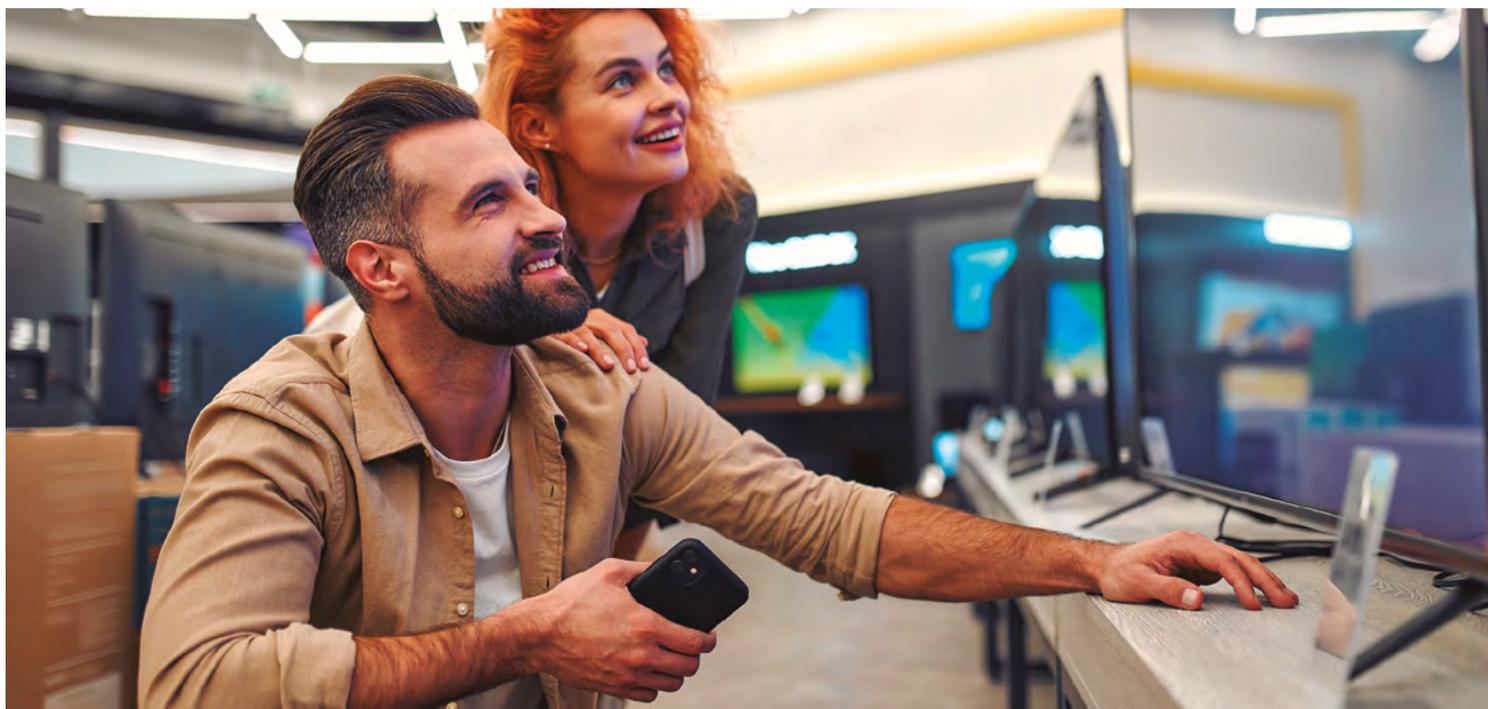
Asimismo, las categorías de telecomunicaciones, gran aparato electrodoméstico (GAE) e informática lideraron la cuota de mercado. El segmento de telecomunicaciones alcanzó una **cuota de mercado del 29,9%**, el de GAE un 20,3% y el de informática un 18,2%.

*“En el caso de la categoría Telecom, destaca el **notable rendimiento de segmentos como accesorios, auriculares y wearables, así como de los smartphones ‘SIM Free’**”, apuntó Torme.*

No obstante, el directivo de AECOC comentó que *“se observa una **creciente polarización en la demanda**, con una clara división entre los productos premium, de alto valor y prestaciones, y los productos de gama básica, que apelan a un público más sensible al precio. Este fenómeno refleja un comportamiento cada vez más segmentado en el mercado”.*

En cuanto a las categorías de GAE e informática, experimentaron una **recuperación significativa en la segunda mitad del año**, tras una caída de las ventas en el primer semestre.

Además, Torme explicó que *“la principal diferencia entre ambas categorías se encuentra en la **mayor inestabilidad de la***



**categoría informática**, que ha mostrado fluctuaciones más pronunciadas, alternando meses de crecimiento con caídas". "Sin embargo, dentro de informática, los e-readers y varios productos de la línea de ordenadores han mostrado un buen desempeño. En contraste, los portátiles de gaming siguen siendo una categoría con **resultados más estancados**", añadió.

## La electrónica de consumo impulsa el crecimiento del sector

También, la categoría de electrónica de consumo supuso aproximadamente el **50% del crecimiento del sector** en 2024, impulsada por factores como el apagón de la TDT en primeras y segundas residencias o los grandes eventos deportivos celebrados en horario europeo.

"Gracias a estos factores, la categoría de televisores (14,4%) ha logrado superar nuevamente a la de pequeño aparato electrodoméstico (PAE, 13,2%) en cuota de mercado", declaró Torme.

Pese a los avances de otras categorías, la de PAE continúa consolidándose como una opción segura y estable, con un **crecimiento más moderado pero constante**.

En este sentido, Torme señaló que "esta categoría cerró 2024 con un aumento del 4,7%, impulsada principalmente por el segmento de cuidado personal, que continúa presentando los mejores resultados".



La categoría de electrónica de consumo supuso **alrededor de un 50% del crecimiento del sector**, gracias al apagón de la TDT y a la celebración de grandes eventos deportivos

"En cambio, el segmento de cocina experimentó una ligera caída del -0,7% debido a un **decrecimiento significativo en las ventas de freidoras de aire**, cuyo retroceso no ha podido ser compensado por el crecimiento en cafeteras", agregó.

## Previsión de un crecimiento moderado en 2025

Por otro lado, las previsiones de GfK para el sector de bienes tecnológicos de consumo en 2025 son más moderadas, principalmente, a causa de la  **saturación del mercado**, la estabilización de los precios y la llegada de nuevos competidores internacionales.

"En las primeras semanas de 2025, hemos observado que, en general, todas las categorías han comenzado el año con un **rendimiento inferior al del ejercicio anterior**. No obstante, estimamos que el mercado se mantendrá relativamente estable, sin grandes caídas en las distintas categorías", finalizó Torme.

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

Electrodomèstics Miró celebró en enero la fiesta de inauguración de su nueva tienda en Barcelona, situada en el número 327 de la calle Valencia, en el barrio del Eixample

# Miró celebra la inauguración de su **nueva tienda en Barcelona**



La nueva tienda Miró en Barcelona.

Electrodomèstics Miró celebró el pasado 16 de enero la **fiesta de inauguración** de su nueva tienda en Barcelona, ubicada en el número 327 de la calle Valencia. El nuevo establecimiento, abierto al público a finales de noviembre de 2024, cuenta con una superficie total de 300 m<sup>2</sup>, repartidos entre una zona de exposición y un almacén.

Por un lado, tanto los visitantes como los transeúntes tuvieron la oportunidad de **girar una ruleta** frente al establecimiento de forma gratuita para ganar premios exclusivos.

También, se organizaron dos **talleres interactivos con airfyers** de diferentes marcas, como Ufesa o Princess, uno al mediodía y otro por la tarde, mostrando a los visitantes su funcionamiento mediante la preparación de patatas fritas. Asimismo, se ofrecieron degustaciones de café a cargo de Dolce Gusto, y se puso música en vivo para amenizar el ambiente, con el altavoz Bluetooth Classy, de Energy System.

Además, por compras mayores de 50 euros, se regalaron unos **carros de la compra personalizados** de Miró de la marca Rolser, realizados en colaboración con Beko.

Estos carros hacen un guiño al cercano mercado del barrio de l'Eixample, muy comunitario, y están pensados con el fin de volver a **integrar Miró dentro de los hogares**, convirtiendo a la marca en un referente a la hora de comprar electrodomèsticos.

## Resurgimiento de la marca Miró

Verónica Galindo, Social Media Specialist de Electrodomèstics Candelsa, empresa propietaria de Electrodomèstics Miró, afirmó en la fiesta de inauguración que "la apertura de esta nueva tienda supone volvernos a acercar al público residente de la zona y un **resurgimiento para la marca** Miró, que hasta el momento había estado en una posición muy neutral".

*"Es un **triunfo total**, sobre todo por haber podido abrirla antes del cierre de 2024. Hemos hecho un buzoneo muy localizado por la zona y hemos ido a hablar presencialmente con los vecinos, que están muy contentos de que estemos a pie de calle",* agregó Galindo.

Del mismo modo, la Social Media Specialist de Candelsa confirmó que hay **más aperturas de tiendas previstas** para este año, y se tiene la intención de expandir Miró por la zona del Baix Llobregat y el Maresme, pese a que aún no hay ninguna cerrada.

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

La red comercial nacional de Taurus Group se dio cita en enero para conocer las más de 60 novedades que las marcas del Grupo lanzarán al mercado durante la primera mitad de 2025

# Taurus Group presenta sus novedades para 2025 a su red comercial nacional



Taurus Group celebró el pasado mes de enero su **convención nacional de ventas 2025**, donde mostró a toda su red comercial nacional las más de 60 novedades que lanzará al mercado durante la primera mitad del año.

En concreto, estos nuevos productos pertenecen a las categorías de **cocina, cuidado personal, climatización, aspiración y planchado**. Del mismo modo, entre estas novedades, se encuentran desde ventiladores hasta tostadoras, batidoras o barbacoas eléctricas.

Según Taurus Group, estos dispositivos están diseñados específicamente para **"mejorar el día a día de nuestros clientes"**.

Igualmente, el anuncio de esta nueva convención nacional de ventas se realizó mediante las redes sociales del Grupo, como su **perfil de LinkedIn**.

## Sobre Taurus Group

Taurus Group, fundado en 1962 en la localidad de Oliana (Lleida), es un grupo empresarial multilocal del sector del pequeño electrodoméstico. En la actualidad, está **presente en más de 120 países**, y tiene compañías filiales en 10 de ellos.

Asimismo, la filosofía del Grupo se basa en *"diseñar productos que contribuyan a **mejorar la calidad de vida y el confort de las personas en el hogar desde hace casi 60 años, adaptándose a los tiempos y las necesidades que van surgiendo en los hogares**".*

Las **distintas marcas** que componen la compañía son: Taurus, Mycook, Solac, Casals, Black+Decker, Minimoka, Coffeemotion, Winsor, Taurus Professional, Taurus Healthcare, Taurus Renovables, White&Brown, Alpatec, Inalsa, Práctika, Mellerware, Lucky, Turmix, Supra, TAG Automotive y STP Fittings.

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



Las principales innovaciones para 2025 de Beko, Grundig, Whirlpool e Indesit, marcas de Beko Europe, reveladas el pasado mes de enero en un evento exclusivo celebrado en Madrid

# Beko Europe desvela las innovaciones de sus **marcas líderes para 2025**



De izquierda a derecha: Murat Sapci, Angie Rigueiro y Manuel Royo. (Beko Europe).

**B**eko Europe celebró el pasado 29 de enero un evento exclusivo en Madrid, presentado por la periodista Angie Rigueiro, donde descubrió las **últimas innovaciones tecnológicas** que definirán las gamas de productos de sus marcas líderes, Beko, Grundig, Whirlpool e Indesit, en el mercado español durante 2025.

Además, la empresa aprovechó para introducir su **nueva estructura organizativa para España**, anunciada a mediados de 2024.

## Liderazgo de Beko Europe en España y Europa

En 2024, el sector español de los electrodomésticos logró **regresar a la senda del crecimiento**, aumentando tanto las unidades vendidas (4,8%) como la facturación (1%).

Entre las **principales causas** de esta recuperación, se hallan el buen comportamiento del sector de la vivienda, el crecimiento en

las gamas de lavado y secado y productos premium, y los nuevos etiquetados de eficiencia energética. En este contexto, según Beko Europe, consiguió consolidarse como **“una compañía de confianza, líder en el mercado europeo, con una clara misión de ofrecer soluciones prácticas y accesibles para todos los hogares”**.

Actualmente, la empresa tiene 45 fábricas distribuidas en 13 países, lo cual refuerza su posición como líder en el sector y asegura su capacidad de **satisfacer las necesidades de los consumidores**, proporcionándoles unos productos innovadores y sostenibles con unos altos estándares de calidad.

Esto se alinea con su compromiso con la innovación y la **adaptación a un mercado en constante evolución**. Con el fin de transformar la vida cotidiana de los consumidores, la compañía combina tecnología de última generación, diseño intuitivo y soluciones sostenibles.

Gracias a este enfoque, ha logrado liderar la cuota de mercado en Europa por volumen de ventas, alcanzando una **facturación consolidada de 8.000 millones de euros** en 2023.

*“Estamos comprometidos en ofrecer productos que no solo respondan a las necesidades de nuestros consumidores, sino que también respeten el medio ambiente. Beko Europe es un ejemplo de cómo la sostenibilidad y la tecnología pueden trabajar juntas para mejorar la calidad de vida en los hogares”*, afirmó Murat Sapci, vicepresidente y Regional Managing Director de Beko Europe para Iberia.

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

MediaMarkt España logró cerrar su ejercicio 2023/2024 con un incremento de la facturación del 10%, llegando hasta los 2.565 millones de euros y alcanzando una cuota de mercado del 21,5%

# La facturación de MediaMarkt España creció un 10% en el **ejercicio 23/24**

MediaMarkt España anunció el pasado mes de febrero que en el ejercicio fiscal 2023/2024 alcanzó una facturación de 2.565 millones de euros, con un **crecimiento del 10% a cierre de 2024**, el mayor en la última década.

De este modo, logró superar sus previsiones iniciales, de alrededor de un 8%, y alcanzó una **cuota de mercado del 21,5%**, cumpliendo así sus objetivos de crecer en torno a 1,5 puntos porcentuales respecto al ejercicio anterior.

Faruk Kocabas, CEO de MediaMarkt España, declaró: *“Estamos muy orgullosos de los resultados obtenidos en el ejercicio 23/24. Respalda la puesta en marcha del ‘Triple Double Program’ como acelerador empresarial, un proyecto de mejora y optimización de indicadores financieros, de proceso y operacionales cuyo objetivo principal es mantener el crecimiento de doble dígito”*.

*“Ya podemos decir que lo estamos consiguiendo y que vamos a continuar trabajando para seguir con esta tendencia también en 2025”*, agregó Kocabas.

## Crecimiento tanto online como offline

Por un lado, MediaMarkt España realizó una **fuerte inversión en su estrategia digital**, por lo que consiguió aumentar un 15,7% sus ventas tanto en su página web como en su app e incrementar esa cuota de mercado en 1,9 puntos porcentuales. De la misma manera, **redobó su confianza en la tienda física**, cerrando su año fiscal 2024, que finalizó en septiembre, con un crecimiento de su cuota de mercado offline, que asciende al 24,6%.



Faruk Kocabas, CEO de MediaMarkt España.

Además, implementó distintas acciones, tanto online como offline, con el fin de **potenciar la experiencia del cliente**, incluyendo desde retos en tiendas físicas o concursos hasta el lanzamiento del club de fidelización miMediaMarkt.

Así, la compañía consiguió un **récord de ventas** en 9 de los 12 meses del año, preservando la calidad en su atención, que aumentó 2 puntos con respecto al ejercicio 22/23 y alcanzó los 60 NPS (Net Promoter Score).

La puesta en marcha de miMediaMarkt, disponible a través de su app, web y en tienda, está cosechando muy buenos resultados desde su salida en octubre de 2024, y dispone ya de **aproximadamente un millón de miembros**.

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

Los marketplaces continúan ganando terreno en España, destacando Amazon como cabeza de lista. Por otro lado, las innovaciones como la realidad aumentada, el comercio por voz y el contenido generado por usuarios están transformando la experiencia de compra online

# Marketplaces: crecimiento, tendencias clave e impacto social



El aspecto más atrayente de los mercados y los centros comerciales reside en la amplia gama de productos que pueden ofertar en apenas unos pocos metros cuadrados. A nivel online, esta ventaja para el cliente se reproduce en los **marketplaces**, plataformas de comercio electrónico que enlazan a productores y minoristas con sus consumidores finales. Los compradores disfrutan así de un amplio catálogo en el que poder comparar precios en mínimos pasos, mientras que los pequeños comerciantes disponen de un canal digital para mejorar sus ventas.

El comercio electrónico en España sigue consolidándose año tras año como un canal de distribución indispensable, con un crecimiento continuo y sostenido en los últimos tiempos. Estas plataformas desempeñan un papel clave en el ecosistema de ventas a



Los marketplaces van ganando terreno como una de las tendencias destacadas que, a lo largo de 2025 se prevé que tengan una **representatividad del 50%** dentro del sector eCommerce.

través de Internet, potenciando el impulso de la **transformación digital del mercado**. Según los datos que ofrece CNMCDData, la facturación ecommerce del país en el segundo trimestre de 2024 creció un **12,8% interanual** hasta alcanzar los **23.114 millones de euros**.

Dentro del comercio digital, los marketplaces o centros comerciales virtuales van ganando terreno como una de las tendencias destacadas que, a lo largo de 2025 se prevé que tengan una **representatividad del 50%** dentro del sector eCommerce, según ChannelEngine.

## Pesos pesados del marketplace

El **Estudio de Marketplaces de 2024**, realizado por Elogia, la operadora de negocios digitales especializada en servicios de Full Digital Commerce, ha señalado a **Amazon** como el principal actor del comercio electrónico en España, reafirmando, un año más, que su liderazgo está cada vez más asentado en el panorama de las compras online.



El informe revela que, durante el último año, el **90% de los compradores online** eligieron Amazon por su rapidez, gran variedad de productos, calidad y experiencia de compra fácil.

Además, el 72% de los usuarios opta por recibir sus compras en casa, especialmente los más jóvenes y las personas de edad avanzada, mientras que el uso de puntos de recogida (21%) sigue creciendo, aunque todavía se encuentra por detrás.

Para dar una idea del fuerte posicionamiento de Amazon, el 61% de los usuarios que compran en este marketplace afirma que no buscan los productos en otros sitios, un incremento de 4 puntos porcentuales en comparación con 2023. No obstante, si no hubieran realizado la compra en Amazon, habrían optado por acudir a una **tienda física** (66%), en lugar de buscarlo en otras páginas web.

Sin embargo, esto no implica que los competidores del gigante estadounidense no estén a la altura. Le sigue **AliExpress** y, en tercer lugar, **eBay** en lo referente a notoriedad y **El Corte Inglés** en penetración. Otros marketplaces, como Decathlon, Temu y Miravia, muestran tasas de compra por encima del promedio del 25%.

Elogia también ha identificado los principales factores que motivan a los compradores a realizar compras en línea. Actualmente, las tiendas físicas no pueden competir con los **precios bajos** (45%), la amplia **variedad de productos y marcas** (44%), las **ofertas y promociones** (41%) y los **gastos de envío** gratuitos o más económicos (39%).

## Power Shopper

Los **Power Shoppers**, o compradores online recurrentes, efectúan compras al menos una vez por semana. Actualmente el 21% de los españoles realiza compras online con esta frecuencia, aunque ese porcentaje varía en función de la zona, según apunta el Observatorio Hostinger de la Transformación Digital.

## Retail Media

El Retail Media actualmente representa el 15,9% de la inversión publicitaria global, superando incluso los ingresos generados por la televisión, incluido el streaming, según GroupM. Aunque en España la adopción de este modelo es más lenta, ya constituye el 5% del total de la inversión publicitaria y se espera que llegue al 9% en los próximos cuatro años.

Este modelo, que se basa en la segmentación y **personalización de los anuncios** utilizando datos de comportamiento de los consumidores, permite a las tiendas en línea monetizar su tráfico y generar ingresos adicionales, siendo especialmente relevante para los marketplaces.

## ¿Una nueva salida para minoristas tradicionales?

Al observar el creciente auge del comercio electrónico, los establecimientos tradicionales han comenzado a migrar gran parte de su negocio a Internet, creando sus propias plataformas de venta online. Un ejemplo de ello es **Walmart**, que lanzó su tienda virtual

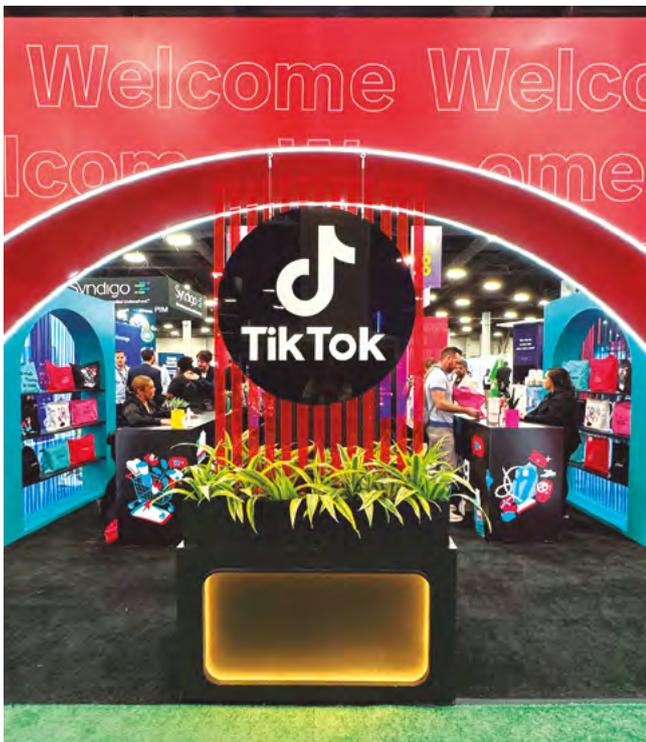
en 2009. Aunque al principio no hubo grandes avances, con el tiempo la estrategia comenzó a dar resultados, y en 2023 la compañía se consolidó como la cuarta marca minorista más valiosa a nivel mundial.

En España, **Carrefour** comenzó su andadura en la red casi al mismo tiempo que la famosa empresa estadounidense. Desde entonces, ha expandido continuamente su oferta y actualmente es uno de los principales distribuidores online de alimentos en el país. De hecho, es el marketplace donde los compradores realizan el mayor gasto promedio, solo por detrás de MediaMarkt y El Corte Inglés.

Además, la cadena de supermercados francesa cuenta con la segunda mayor frecuencia de compra online anual, solo superada por Amazon y por encima de otro gigante del mercado como AliExpress.

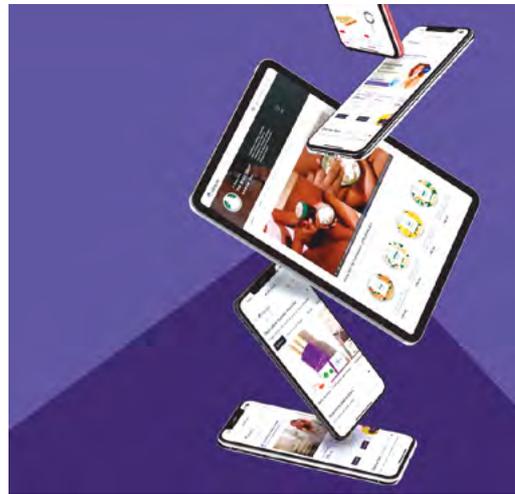
### Imitando a las redes sociales

En los últimos años, los marketplaces y las redes sociales han evolucionado para ofrecer experiencias de usuario cada vez más atractivas y personalizadas. Un ejemplo de esta transformación, pero al revés (una red social adoptando características de un marketplace), es el lanzamiento de **TikTok Shop**, cuya principal innovación es que permite a los usuarios realizar compras directamente desde la aplicación.



Por otro lado, en el caso de marketplaces que se inspiran en las redes sociales, destaca **Amazon Posts**. Esta herramienta permite compartir imágenes de estilo de vida y contenido relacionado con los productos y marcas para captar la atención de los compradores y ofrecer una experiencia más inmersiva. Su objetivo es generar confianza en el cliente al proporcionar contenido valioso que, además de informar, entretiene, mostrando productos en acción para aumentar el interés y la consideración.

El lanzamiento de Amazon Posts, así como la incorporación del botón de "seguir" en las Brand Stores de Amazon para mantener a los seguidores actualizados sobre novedades y promociones, son estrategias innovadoras que otorgan un mayor control en la gestión de las diferentes etapas del embudo de ventas en Amazon.



Estas tácticas permiten trabajar desde la fase de Awareness, pasando por Consideration y Performance, hasta llegar a la estrategia clave de Loyalty. Otro marketplace que ha adoptado esta tendencia es **Miravia**, con su plataforma Explora, que emplea inteligencia artificial para personalizar la experiencia de compra online.

Lo más destacado de **Explora** es su notable similitud con las interfaces de aplicaciones como TikTok o Instagram Reels, donde se encuentran vídeos verticales y un scroll casi infinito, brindando una experiencia visualmente atractiva y dinámica.

### Realidad aumentada al servicio de la hiperpersonalización

La **realidad aumentada** se está posicionando como una tecnología clave dentro de los marketplaces y ecommerces, permitiendo a los usuarios visualizar productos en sus propios entornos antes de realizar una compra.



Esta capacidad mejora notablemente el proceso de toma de decisiones, brindando a los consumidores una experiencia más interactiva y realista. Al integrarse en el panorama digital, la realidad aumentada contribuye a ofrecer experiencias de usuario cada vez más personalizadas y atractivas.

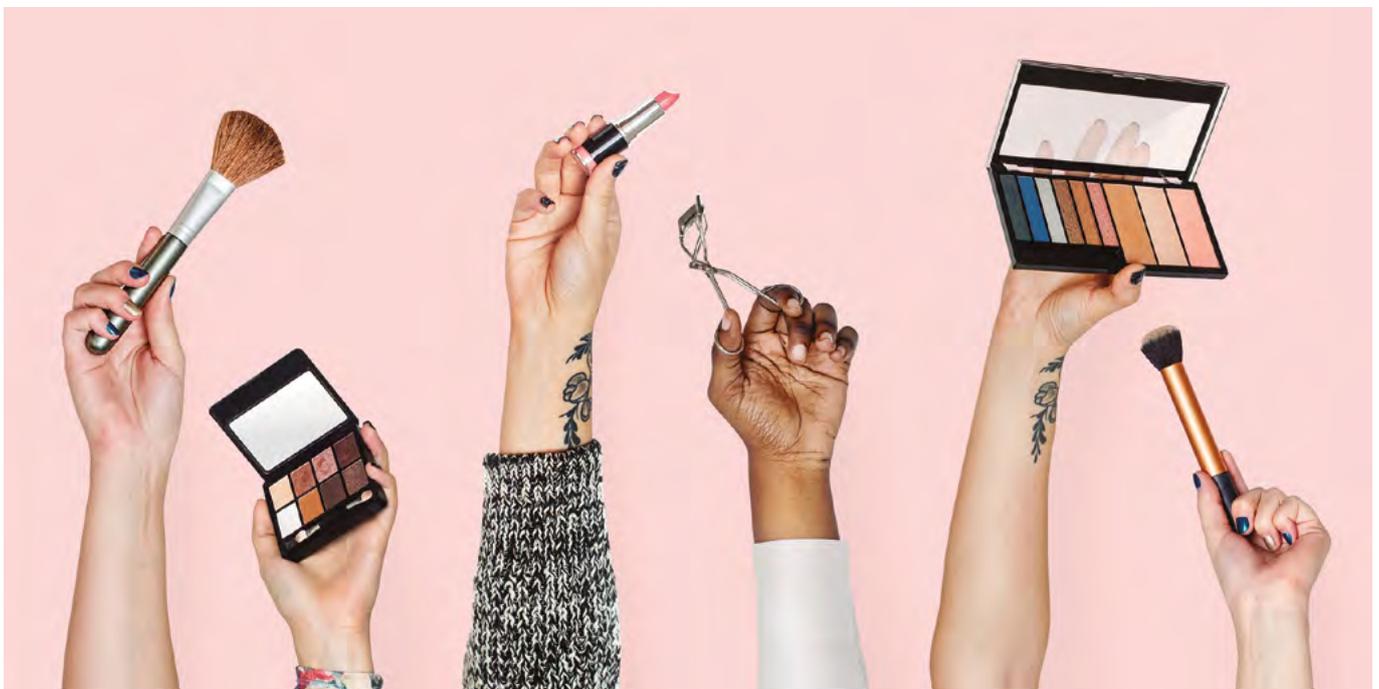
Un ejemplo de esta tendencia es la famosa marca sueca IKEA con su plataforma **Ikea Kreativ**, una aplicación de realidad aumentada que permite a los usuarios apreciar cómo se verían los muebles en sus hogares utilizando la cámara de sus smartphones. Otro caso destacado es el de **Sephora Virtual Artist**, que permite a los clientes probar diferentes tonos y combinaciones de maquillaje directamente sobre su piel.

Estas son solo algunas de las formas en que la realidad aumentada está transformando la dinámica de las compras en línea y favoreciendo el crecimiento del mercado digital.

### User generated content

Otra tendencia que destaca entre los principales marketplaces es el valor creciente del contenido interactivo y enriquecido generado por los propios usuarios. Plataformas como Amazon o Sephora han reconocido la importancia de los **usuarios como creadores de contenido**, no solo para alimentar sus feeds, sino también por su enorme capacidad de influencia en el proceso de compra.

Un ejemplo de esto es la **Beauty Insider Community** de Sephora, una verdadera red social dentro del marketplace, que permite a los usuarios crear un perfil detallado en el que pueden especificar características físicas, como el tipo, color y estado de la piel, o las características y color del cabello. La idea es que esta información ayude a otros usuarios a tomar decisiones más informadas sobre qué productos comprar.



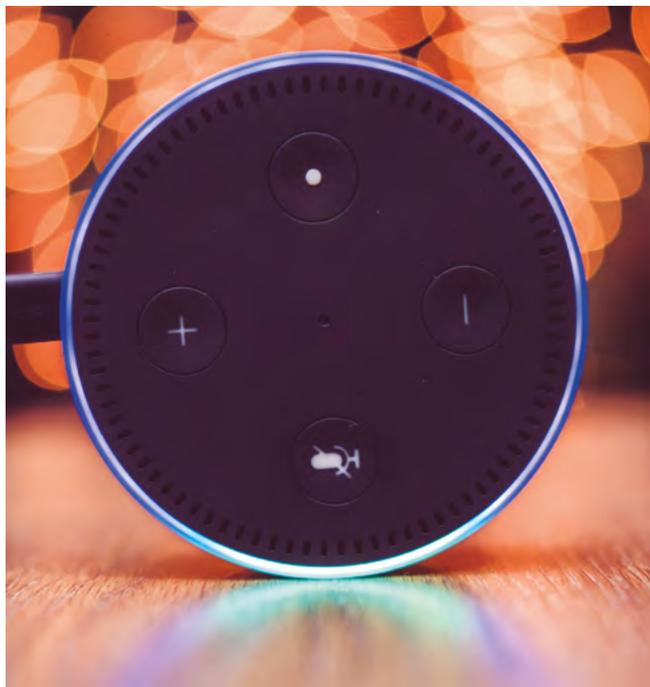
Lo interesante de este caso es que **todo el contenido** que los miembros de la Community comparten en la sección Gallery, ya sea en fotos o reseñas en vídeo, se muestra directamente en las páginas de los productos gracias a la opción de etiquetar los productos en cada publicación. Esto impulsa la conversión de manera significativa.

Un ejemplo similar lo encontramos en Amazon, que también ha seguido la tendencia de utilizar a los **creadores de contenido**, incorporando vídeos de Amazon Live en las páginas de detalle de producto. Además, ahora están apostando por la inteligencia artificial generativa en la sección de reseñas de sus fichas de producto.

La IA interviene analizando las palabras clave de las reseñas y extrayendo su contexto para generar distintas "categorías". Por ejemplo, identifica reseñas que mencionan términos como "Works wonders", "efficient" o "Works well" para formar la categoría de "Performance".

## El próximo game changer

Aunque pueda parecer que los chatbots son una novedad gracias a los avances tecnológicos y al auge de la inteligencia artificial, el primer "chatbot" conocido se creó en 1966. Fue desarrollado por un profesor del MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts) y se llamó **ELIZA**, una inteligencia capaz de mantener conversaciones analizando palabras clave.



Desde entonces, hemos sido testigos de innovaciones como **Alexa**, que transformó el mercado al llevar la tecnología de asistentes virtuales a los hogares de millones de personas y abrió paso al uso de la voz en estos dispositivos. En los últimos meses de 2023, Meta incluso anunció el lanzamiento de chatbots de IA capaces de "imitar" las personalidades de figuras públicas reconocidas.

Algo similar encontramos en el corazón de **Elevaro**, una solución desarrollada por el equipo IA LAB de Havas Media Network en colaboración con Ricoh. Elevaro utiliza la IA generativa en el ecommerce para gestionar, optimizar y actualizar catálogos y listados de productos. La herramienta puede generar descripciones de productos adaptando el tono del lenguaje y personalizándolas según momentos clave (como Black Friday, Navidad, rebajas) e incluso en cualquier idioma. También cuenta con un **asistente virtual** que interactúa con los usuarios, realizando recomendaciones hiperpersonalizadas basadas no solo en la conversación, sino también en información de interacciones anteriores en la web.

En resumen, estas experiencias innovadoras están redefiniendo y revolucionando los **patrones de compra online**. Ejemplos como el de Sephora, que permite probarse maquillaje virtualmente y luego comprarlo digitalmente, han roto las barreras entre lo digital y lo físico. Ahora, los usuarios tienen más poder que nunca, pudiendo no solo interactuar con el contenido, sino convertirse en embajadores de las marcas.

Sin duda, estamos viviendo en una era de constante evolución donde ya no existen fronteras entre redes sociales y marketplaces, con la inteligencia artificial hiperpersonalizando las experiencias de compra. Herramientas como **Elevaro** pueden convertirse en extensiones de las marcas, ayudándolas a transformar por completo sus negocios.

## Comercio por voz

Los asistentes de voz están pasando de ser una tecnología futurista a convertirse en una herramienta diaria. En 2025, se estima que el 30% de las compras online se realizarán mediante comandos de voz, según proyecciones del mercado. Esto implica que las marcas deben optimizar sus catálogos utilizando palabras clave naturales y descripciones claras que los dispositivos puedan comprender.

El **Voice Commerce** o comercio por voz es la evolución del e-commerce impulsada por asistentes de voz como Alexa, Google Assistant y Siri. Consiste en realizar compras de productos y servicios simplemente hablando a un dispositivo.



Lo que antes parecía parte de la ciencia ficción, hoy es una realidad. Según estudios recientes, cada vez más personas usan comandos de voz para buscar productos, hacer pedidos y recibir recomendaciones. La comodidad y rapidez de este método está atrayendo a consumidores de todas las edades, especialmente a aquellos que buscan simplificar sus compras diarias.

### Ventajas y desafíos del voice commerce

Uno de los puntos a tener en cuenta para entender por qué es una tendencia que no para de crecer es la **comodidad** total que ofrece, ya que no es necesario escribir ni tocar para realizar una compra, solo basta con hablar. Además, con la voz la acción es directa, mientras que buscar, comparar y hacer clicks conlleva una mayor dedicación de tiempo. Los asistentes de voz aprenden cuáles son las preferencias de los compradores y hacen sugerencias cada vez más adaptadas a sus necesidades e intereses.

Por otro lado, con el crecimiento de los dispositivos inteligentes como altavoces, smart TVs y smartphones, el comercio por voz es más **accesible** que nunca y permite a personas con discapacidades visuales o limitaciones físicas realizar compras con la mayor facilidad. También se pueden gestionar compras automáticas a través de **dispositivos domésticos inteligentes**. Un ejemplo es pedir detergente cuando la lavadora detecta que se está agotando.



La **realidad aumentada** se está posicionando como una tecnología clave dentro de los marketplaces y ecommerces, , permitiendo a los usuarios visualizar productos en sus propios entornos antes de realizar una compra.

En cambio, aunque la tecnología avance a un ritmo acelerado, el voice commerce todavía enfrenta algunos retos. El primero de todos atañe a la **confianza** del usuario. Muchos consumidores aún prefieren contar con imágenes y descripciones detalladas de los productos y les puede generar duda realizar una compra sin poder verlos ni tocarlos. Además, como en todo lo digital, la **protección de datos** es clave, y los compradores se preocupan por su seguridad y privacidad.

Por último, a diferencia de una búsqueda en una tienda online, las opciones que proporciona un asistente de voz suelen ser más reducidas por lo que el usuario se encontraría ante un **descubrimiento de productos limitado**. Grandes marcas como Amazon, Walmart y Starbucks ya están apostando fuerte por el comercio por voz. Y con la inteligencia artificial evolucionando a pasos agigantados, es cuestión de tiempo que comprar con la voz sea tan común como hacerlo a través de una app.

## Las plataformas de Sinersis y BSH España se reúnen en Granada

Sinersis anunció en sus redes sociales que, durante la semana del 10 al 14 de febrero, todas sus plataformas se reunieron con el equipo directivo y comercial de BSH Electrodomésticos España en unas jornadas de trabajo celebradas en Granada.



## Junkers Bosch premia la instalación de equipos de ACS

La nueva campaña "Evoluciona el confort de tus clientes ¡y gana muchos Europlus!", de Junkers Bosch, fomenta la instalación de equipos de agua caliente sanitaria (ACS) premiando a los profesionales.

Así, los profesionales que instalen calentadores o termos eléctricos de la marca Bosch o Junkers Bosch hasta el 18 de abril de 2025, y estén inscritos en el Club Junkers Bosch plus, recibirán bonificaciones en su tarjeta de socio.

## Eurofred lanza el Catálogo de Daitsu 2025-2026

Eurofred publicó el pasado mes de febrero el nuevo Catálogo de Daitsu 2025 – 2026, que presenta una amplia gama de soluciones diseñadas específicamente para dar respuesta a las necesidades actuales de hogares, comercios e industrias.

También, los productos incluidos tienen un claro enfoque en el ahorro energético y el respeto al medioambiente.

El nuevo catálogo presenta una amplia gama de productos que usan gases refrigerantes ecológicos y tecnologías de alta eficiencia, garantizando un menor consumo energético y una mayor durabilidad.

## Reabierto la tienda de Cecotec en Alfafar tras la DANA

Cecotec ha reabierto las puertas de su tienda física en Alfafar (Valencia), tras concluir el proceso de rehabilitación de la misma por los daños significativos ocasionados por la DANA el pasado mes de octubre. Durante el periodo de rehabilitación del establecimiento, se instaló un outlet para mantener su funcionalidad y garantizar que sus dependientes continuaran con su trabajo. Ahora, se ha retomado la actividad normal de la tienda.



## El beneficio neto ajustado de SharkNinja se dispara un 37,2%

SharkNinja publicó el pasado mes de febrero sus resultados financieros correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2024, revelando que su beneficio neto ajustado incrementó un 37,2% en comparación con el ejercicio cerrado en 2023, alcanzando los 616,2 millones de dólares (aproximadamente 573 millones de euros).

Del mismo modo, sus ventas netas ajustadas crecieron un 32,4%, hasta los 5.528,6 millones de dólares (unos 5.142 millones de euros).



## Renovado el acuerdo de colaboración entre FECE y Sabadell Professional

La Federación Española de Comerciantes de Electrodomésticos (FECE) renovó el pasado mes de febrero su acuerdo de colaboración con Sabadell Professional, con el objetivo de potenciar los servicios financieros de sus comercios asociados.



## Fundación Ecolec renueva su convenio de colaboración con ACEMA

La Fundación Ecolec y ACEMA, la Asociación de Comerciantes de Electrodomésticos, Muebles de Cocina y Autónomos, han renovado su convenio de colaboración para la correcta gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), prorrogándolo para 2025. Asimismo, la renovación de esta alianza permitirá seguir dando cobertura a más de 600 puntos de venta de electrodomésticos, muebles de cocina y servicios de asistencia técnica.

## El mercado de climatización y HVAC se mantiene plano

AFEC presentó el pasado 25 de febrero, en un acto celebrado en Madrid, su informe de mercado y coyuntura sectorial de la climatización y HVAC correspondiente al año 2024, que revela que el sector mantuvo una tendencia plana en España, con un ligero crecimiento del 0,8% en valor.

En el encuentro, que tuvo lugar en la sede de la Asociación Española de Normalización (UNE) en Madrid, representantes de AFEC hicieron un repaso al nuevo informe, que recoge datos agregados de equipos de producción de calor, frío y ACS; de distribución y difusión de aire; de ventilación y ventilación residencial; y de unidades de tratamiento de aire.

## Cenor revela su estrategia 2025 a sus asociados

Cenor Electrodomésticos celebró a inicios de febrero sus asambleas comerciales de asociados de inicio de año, el martes día 4 en Santiago de Compostela y el jueves día 6 en Pamplona. Ambas jornadas contaron con la participación de Juanma Sánchez, director general de Cenor; Iván Franco, director comercial; y Sergio Díaz, director de marketing. Allí, presentaron el cierre del año 2024 y desvelaron los objetivos y estrategias para 2025.



## Samsung, líder mundial del mercado de TV durante 19 años consecutivos

Samsung comunicó en febrero que en 2024 logró consolidarse como líder mundial en el mercado de televisores por 19º año consecutivo, gracias a sus "continuos esfuerzos en innovación y su profundo conocimiento por las funciones que los usuarios necesitan para mejorar su día a día". Según los datos de la empresa de estudios de mercado Omdia, el año pasado la compañía surcoreana alcanzó una cuota de mercado del 28,3%, manteniendo la primera posición que ocupa en este mercado desde el año 2006.



Las ventajas de esta tecnología, tanto medioambientales como de ahorro para los usuarios, hacen de ella la mejor situada para sustituir los sistemas de calderas de gasoil y gas

# La **aeroterminia** se configura como el futuro estándar de climatización doméstica

A pesar de que no se trata de una tecnología nueva, dado que lleva ya años en el mercado, la **aeroterminia** mantiene su rumbo creciente en lo tocante a climatización de hogares. Así, por ejemplo, según el último barómetro de climatización de **Daikin**, actualmente, en España **1 de cada 5 hogares** cuenta ya con un sistema de climatización basado en aeroterminia. También desde **Eurofred** señalan el crecimiento de dos dígitos de este mercado en los últimos años, si bien apuntan que 2024 marcó un cambio de tendencia, con una desaceleración que desde la firma achacan a la entrada del mercado en una **fase de maduración**. Así, de cada al presente **ejercicio 2025**, en Eurofred esperan una cierta estabilización, con un crecimiento moderado del mercado.

Bosch y Johnson coinciden en mencionar el estancamiento del mercado en 2023 y la mejoría de 2024. En concreto, desde **Bosch** indican que en 2024, la aeroterminia mostró un comportamiento positivo, tanto en sus versiones multitarea -Calefacción/Climatización- como en aquellas diseñadas específicamente para la producción de Agua Caliente Sanitaria (ACS). Según la firma, este crecimiento responde a una combinación de **factores técnicos y económicos** que está favoreciendo su adopción.

## Puntos fuertes de la aeroterminia

Así, entre las palancas que siguen impulsando la venta de soluciones de climatización domésticas con tecnología de aeroterminia, **Johnson** apunta al ahorro a largo plazo que suponen, a la mayor concienciación medioambiental, y al hecho de que pueda dar respuesta a todas las necesidades de confort de una vivienda (frío,



calor y ACS). En la misma línea se manifiestan desde **Daikin**, que también añade su facilidad de uso. Igualmente, **Bosch** menciona aspectos de ahorro económico y la desaparición de barreras técnicas para su instalación como elementos que han influido en el crecimiento de la demanda. Para **Eurofred**, los programas de ayudas, muy mejorables; saber comunicar las ventajas de la aeroterminia, y la integración de tecnologías inteligentes, servirán para seguir impulsando este mercado.

## Mucho por hacer aún

A pesar del crecimiento experimentado por los equipos aerotérmicos desde su aparición, aún queda mucho camino por recorrer.

Así, volviendo al estudio de Daikin, cuatro de cada cinco hogares son potenciales clientes de la aerotermia. Quizás la **falta de conocimiento** por parte de aún muchos posibles clientes sea un desafío a superar para proseguir la senda alcista del mercado. En este punto, desde Bosch entienden que es necesario un **mayor esfuerzo en divulgación y formación** para explicar aspectos clave como el retorno de la inversión, la compatibilidad con distintos tipos de viviendas y su integración con otras soluciones energéticas.

En este sentido, consideran fundamental seguir promoviendo las ventajas de esta tecnología, destacando que los gastos operativos de las bombas de calor son más bajos en comparación con sistemas de calefacción tradicionales, como el gas o el gasóleo. Además, la inversión inicial **se amortiza con rapidez**, especialmente cuando se aprovechan las subvenciones disponibles para la instalación de soluciones de climatización eficientes. A largo plazo, las bombas de calor no solo representan una opción más sostenible, sino también una alternativa ventajosa, gracias a su **alta eficiencia energética**. Esto se traduce, según Bosch, en un ahorro significativo en la factura energética de entre un 50% y un 70% en comparación con otros sistemas convencionales.

Para Daikin, muchos usuarios aún no están completamente familiarizados con todos los beneficios y aplicaciones de este sistema. En este contexto, la firma nipona se esfuerza por educar a los consumidores sobre las ventajas de la aerotermia con iniciativas como el **Barómetro del Futuro de la Climatización de Daikin**. Esta es una de las herramientas para seguir divulgando estos sistemas de climatización, destacando su eficiencia energética, su capacidad para proporcionar calefacción, aire acondicionado y agua caliente sanitaria en un solo sistema, y su contribución a la **reducción de la huella de carbono**.

Igualmente, según datos de GFK y Eurofred, **el conocimiento de la aerotermia por parte de los consumidores** ha crecido exponencialmente en los últimos años, pasando del 15% en 2019, al 42% en 2023. Estos datos reflejan el interés del usuario por las soluciones más eficientes, aquellas que sean capaces de generarles en el consumo energético. Asimismo, también muestra los esfuerzos por parte de los agentes del sector para posicionar esta tecnología como la solución integral de climatización y ACS.

No obstante, aunque la aerotermia sea cada vez más popular, el conocimiento sobre su funcionamiento y ventajas no es profundo. Según el **Barómetro de Sostenibilidad de Eurofred**, los profesionales de la climatización destacan un desconocimiento

significativo en torno a los beneficios de los sistemas aerotérmicos, priorizando el precio como principal condicionante a la hora de elegir un equipo.



Igualmente, desde **Bosch Home Comfort** apuestan por iniciativas que faciliten el acceso a información técnica y práctica, tanto para usuarios finales como para profesionales del sector. A través de campañas de comunicación, formación especializada y soporte a instaladores, trabajan para mejorar la comprensión y confianza en la aerotermia, impulsando su adopción como una alternativa eficiente y sostenible para la climatización del hogar.

En Johnson también ven que, pese a los esfuerzos de fabricantes, distribuidores e instaladores, el usuario final **aún desconoce su funcionamiento**. Sin embargo consideran que hay que seguir insistiendo para lograr que los consumidores valoren qué supone este tipo de productos, tanto para su ahorro y confort, como para el medio ambiente, tratándose de una apuesta segura.

A pesar de todo, las **previsiones para 2025** son positivas. En Daikin creen que este año, los sistemas basados en aerotermia seguirán siendo tendencia, pues según el **II Barómetro de la Climatización en España**, la aerotermia es el sistema favorito para el cambio en el modelo de climatización de los hogares. En concreto, para 7 de cada 10 españoles que están buscando adquirir una vivienda en los próximos 5 años, la aerotermia es un factor determinante en la elección de un inmueble. Por otro lado, entre aquellos que no están buscando mudarse, el cambio de sistema de climatización también se presenta como una opción mayoritaria para adaptarse a la nueva realidad normativa: casi el 40% de los españoles se plantea **cambiar de sistema de climatización** en los próximos años y el 54% lo hará a un sistema basado en la aerotermia.

# Daikin

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

Desde Daikin aseguran que la aerotermia va cogiendo peso en el mercado y es una de las opciones preferidas para climatizar los hogares de manera eficiente y sostenible. Según el último **barómetro de climatización** de la firma, en España, 1 de cada 5 hogares ya cuenta con un sistema de climatización basado en aerotermia. Entre las soluciones de Daikin para aerotermia destacan las siguientes.

## Daikin Perfera

Unidad de pared que combina **calefacción, aire acondicionado y purificación de aire**. Este equipo proporciona una solución completa y eficiente para mantener un ambiente agradable y saludable en cualquier época del año. Su clasificación energética A+++ asegura un consumo eficiente, contribuyendo tanto al ahorro en la factura energética como a la reducción de la huella de carbono. Además, su **funcionamiento ultrasilencioso (19dB)**, garantiza un entorno cómodo y tranquilo, sin ruidos molestos.

Igualmente, Daikin Perfera incorpora la tecnología de purificación de aire **Flash Streamer**, desarrollada por el fabricante, que elimina el polvo, los alérgenos y los olores. Esto mejora la calidad del ambiente interior, proporcionando un aire más limpio y saludable. Del mismo modo, el equipo cuenta con **conectividad WiFi** integrada, lo que permite su control remoto desde cualquier lugar, a través de la aplicación Onecta, de forma sencilla. Así, se asegura siempre un ambiente agradable en casa, optimizando el consumo energético sin comprometer el confort.



Unidades interiores y exterior  
Daikin Altherma 4.

## Daikin Altherma

Consiste en una solución integral que combina **calefacción, refrigeración y agua caliente** sanitaria en un solo sistema. A través de su avanzada bomba de calor extrae la energía del aire, garantizando un rendimiento eficiente incluso en condiciones extremas. Su **diseño compacto y elegante** no solo optimiza el espacio, sino que también se integra perfectamente en cualquier hogar, brindando un confort sostenible durante todo el año.

Recientemente, Daikin presentó el primer modelo de la nueva generación Daikin Altherma 4: **Altherma 4 Silent**. Se trata de una nueva unidad hidrosplit que ofrece numerosas ventajas para la sustitución de calderas, con tecnología optimizada para ser una revolución en sistemas de calefacción sostenible. Está diseñada para reducir la huella de carbono durante todo su ciclo de vida y puede integrarse con otras fuentes de energías renovables, ofreciendo un altísimo rendimiento a todas las temperaturas (A+++). Además, utiliza refrigerantes de bajo PCA como el **R-290** y cuenta con nuevas patentes y componentes que le otorgan un plus de seguridad.

# Johnson

<https://ponjohnsonentuv vida.es>

Aurum R290.



En Johnson apuestan firmemente por la aerotermia, convencidos de su eficiencia y respeto con el medio ambiente. Así, entre sus productos con esta tecnología para la climatización de viviendas destacan la serie Aurum con unidades monoblock, biblock y biblock con sistema integrado.

## Unidades monoblock

Las unidades monoblock constituyen las series **Aurum R32 y Aurum R290** con unidades monoblock de entre 9 y 22 kW. Estas últimas usan el gas R290 que no tiene apenas impacto medioambiental y cuyas propiedades termodinámicas y físicas hacen que sea un 60% más eficiente que otros refrigerantes. Asimismo, se trata también de un gas puro que evita que se deterioren los mecanismos de los sistemas por bomba de calor, disminuyendo la frecuencia de rotura de compresores y alargando la vida de los aceites lubricantes. Las máquinas de esta serie tiene clasificación A+++ y han sido diseñadas con ventiladores y compresores **Full Inverter DC con EVI System** en el caso de las de R32. Pueden trabajar en un amplio rango de temperaturas exteriores, siendo aptas para todo tipo de climas. Además, las de alta temperatura (R290) tienen salida de temperatura del agua hasta 75°C, pudiendo sustituir directamente instalaciones antiguas de calderas con radiadores convencionales. Otra característica es que permiten la **instalación en cascada** (máximo 8 unidades).

## Sistemas biblock

Desde Johnson señalan también sus sistemas biblock para instalaciones que necesiten una mayor flexibilidad, como las **series Aurum BM y Aurum BMI** con sistema biblock incorporado, en el que la unidad interior dispone de un depósito de Agua Caliente Sanitaria para ahorrar espacio en la instalación. Ambas series están disponibles desde 4 a 16 kW y la unidad interior, con depósito, en 190 y 240 litros. Están también clasificadas como **A+++** y vienen preparadas para su puesta en marcha, pues incorporan el módulo hidráulico, la sonda de ACS, el filtro y el vaso de expansión. Igualmente, su amplio rango de temperaturas exteriores les permite resolver incluso algunas necesidades en aplicaciones industriales.

Todas las series mencionadas, tanto las monoblock como las biblock, están diseñadas para poder ser controladas mediante **conexión WiFi** e integradas en sistemas domóticos y fotovoltaicos gracias a sus **conexiones ModBus y SmartGrid**. Por supuesto, cuentan además con **certificado Keymark** y cumplen, por tanto, la legislación europea de ecodiseño.



Aurum BMI.

## Acumuladores de ACS

Otra soluciones de la marca son los **acumuladores aerotérmicos para ACS de la serie Manantial**, con unidades desde 110 hasta 300 litros, aptas para viviendas con más de 6 habitaciones y SCOP (coeficientes de eficiencia energética estacional de agua caliente sanitaria) que alcanzan el 4,017. Disponibles también para su instalación en pared, tienen 4 modos de funcionamiento, función esterilización y antilegionella y pueden controlarse fácilmente desde cualquier lugar gracias a su conexión WiFi.

# Bosch

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



Durante los últimos años, Bosch Home Comfort ha reforzado su presencia en el mercado con innovaciones tecnológicas que optimizan el rendimiento y la eficiencia de sus equipos, entre los que destaca la gama de **bombas de calor Compress Bosch**, soluciones de climatización frío-calor y ACS mediante aerotermia con la más alta eficiencia energética, un alto confort tanto en invierno como en verano y bajos consumos de energía. En paralelo, la marca sigue **apoyando a los instaladores**, todo para facilitar la integración de la aerotermia en cada vez más hogares.

## Gama Compress Bosch

Esta gama de bombas de calor ofrece soluciones versátiles para cualquier tipo de hogar. Incluye los modelos multitarea aire/agua **Compress 2000 AWF** -monobloc-; **Compress 3400i AWS** -con circuito refrigerante R32 entre la unidad interior y exterior-; **Compress 6000i /7001i AW** -con conexión hidráulica de la unidad exterior e interior-, y el modelo solo para ACS, **Compress 5000 DW**. Asimismo, también destaca la nueva bomba de calor multitarea semi-monobloc **Compress 5800i AW**, una solución eficiente, silenciosa y sostenible tanto para viviendas de obra nueva, como para reformas.

La **Compress 5800i AW** utiliza el refrigerante natural R290 (propano), de bajo impacto ambiental, y un potencial de calentamiento global (CPA) de 3. Esto la convierte en una opción preparada para el futuro, al ofrecer una climatización amigable con el medio ambiente y completamente electrificada. Su COP de hasta 4,85 (A7/W35) y EER de hasta 3,88 en modo frío, garantizan un rendimiento energético excepcional. Además, esta bomba de calor alcanza una temperatura de impulsión de hasta 75°C, ideal para sistemas de calefacción con radiadores existentes (reformas). Igualmente, su difusor de sonido y amortiguador de vibraciones, logran un nivel sonoro de tan solo 41,5 dB(A) en modo normal y 28,5 dB(A) en modo nocturno a tres metros de distancia, similar al susurro de las hojas en un bosque.

Asimismo, la **Compress 5800i AW** cuenta con dos tipos de unidades interiores. La unidad tipo mural (AWE), para anclar a la pared, es compacta y versátil, lo que la hace ideal para espacios reducidos. Por su parte, la unidad tipo torre (AWM), con patas de soporte, cuenta con



un depósito de agua caliente sanitaria integrado de 180 litros y un diseño de 600 mm x 600 mm, ofreciendo una solución de bajo impacto visual. Ambas opciones permiten una integración sencilla y optimizada en cualquier hogar, además de opciones de conectividad.



Finalmente, la Compress 5800i AW integra el **módulo WiFi K40 RF**, que permite el control remoto a través de la App HomeCom Easy, así como la posibilidad de contar con el servicio de mantenimiento conectado HomeCom Pro para profesionales. La nueva bomba de calor también es **compatible con paneles fotovoltaicos** lo que aporta un plus de sostenibilidad.

**sonitrón**

# Eurofred

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

La gama de soluciones de aerotermia para viviendas de Eurofred incluye productos de las marcas Daitsu y Fujitsu, diseñados para ofrecer la máxima eficiencia, confort y comodidad.

## Daitsu Monobloc Active

Uno de los productos estrellas de la empresa, la **Monobloc Active de Daitsu** es un sistema compacto y eficiente que ha tenido muy buena acogida en el mercado tanto para viviendas unifamiliares como para viviendas verticales, al poder ser instalada en cascada. Suministra calefacción, aire acondicionado y agua caliente sanitaria en un solo equipo, lo que simplifica la instalación y reduce los costes de mantenimiento. Sus dimensiones reducidas y su alta eficiencia energética, con clasificación A+++, la convierten en la opción idónea para aquellos que buscan una solución integral y sostenible.

## Daitsu Heatank V4

Este depósito de inercia de alta capacidad está diseñado para optimizar el rendimiento de los sistemas de aerotermia. Permite suministrar **agua caliente sanitaria eficiente** para hogares y negocios pequeños y es también compatible con sistemas de calefacción. Su aislamiento térmico de alta calidad minimiza las pérdidas de energía, mientras que su diseño compacto y su tecnología innovadora lo hacen fácil de integrar en cualquier instalación..

## Split KG de Fujitsu

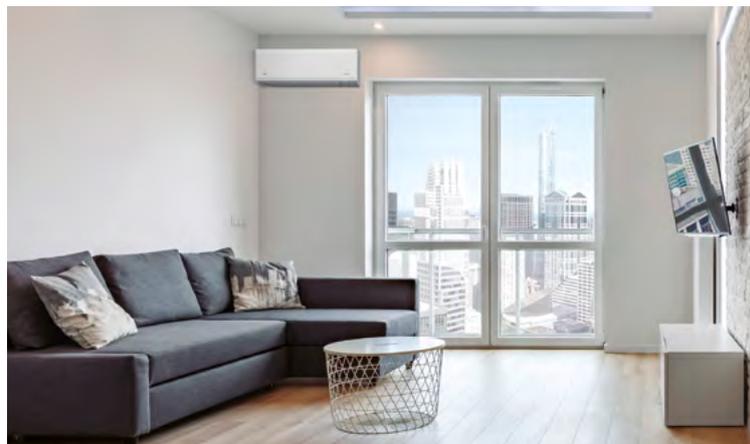
Solución de climatización de alta eficiencia diseñada para hogares que priorizan el consumo responsable y el confort continuo. Gracias al **WiFi integrado** y la **tecnología Inverter**, este sistema split ofrece calefacción y aire acondicionado con un consumo energético reducido, optimizando así el control de la temperatura y mejorando su rendimiento. Además, su diseño moderno y compacto, combinado con un funcionamiento silencioso, lo convierte en una opción a valorar entre quienes buscan el equilibrio entre confort, eficiencia y un impacto ambiental mínimo.



*Daitsu Monobloc Active.*



*Heatank V4 de Daitsu.*



*Split KG de Fujitsu.*

### Haier <https://haierhvac.eu/es/Inicio>

Dentro de su gama de aerotermia destacan los modelos Hydro All-In-One R-290 (en la imagen), Hydro Split R-290 y Monobloc GTR R-290, que utilizan el refrigerante R290, un gas natural con bajo potencial de calentamiento global (GWP) y sin impacto en la capa de ozono.

Estas bombas de calor utilizan tecnología aerotérmica para extraer calor del aire exterior. El sistema absorbe el calor en un fluido, que luego pasa a través de un intercambiador de calor, elevando su temperatura. La aerotermia transfiere entonces esta energía al agua, proporcionando calefacción o agua caliente sanitaria de manera eficiente y sostenible.



### Hisense [www.hisense.es](http://www.hisense.es)

Hisense dispone una gran variedad de gamas de bomba de calor. En este sentido, destaca su gama de aerotermos Hi-Water con capacidades de 200L y 250L, así como las gamas híbridas Hi-Therma (en la imagen) con refrigerantes R32 y próximamente R290 con potencias hasta 16KW tanto en monofásico como en trifásico.



### Mitsubishi Electric [www.mitsubishielectric.com](http://www.mitsubishielectric.com)

Coincidiendo con el Día Mundial de la Acción frente al Calentamiento Terrestre, el pasado 28 de enero, Mitsubishi Electric recordó que la aerotermia es una tecnología innovadora que utiliza el aire como fuente de energía para generar calefacción, aire acondicionado y agua caliente sanitaria.

Así, los sistemas de aerotermia como Ecodan, de Mitsubishi Electric, permiten reducir considerablemente el impacto ambiental. Concretamente, del 100% de la energía consumida, el 80% procede del aire exterior, por lo que es considerada una energía renovable. Y, gracias a su diseño avanzado, logran un consumo energético significativamente menor, logrando una reducción en la factura energética de hasta un 80%. Además pueden ofrecer calefacción, aire acondicionado y agua caliente sanitaria.

# SOGO®

Human Technology



SS-21950

## Mini nevera + Congelador Retro

Un clásico moderno para tu cocina

**110L**

CAPACIDAD  
TOTAL

**18L**

CAPACIDAD  
CONGELADOR

**2KG  
/24H**

CAPACIDAD DE  
CONGELACIÓN



FUNCIÓN  
DESCONGELACIÓN



SS-21955



SS-21960

## Antarctic CoolMaster

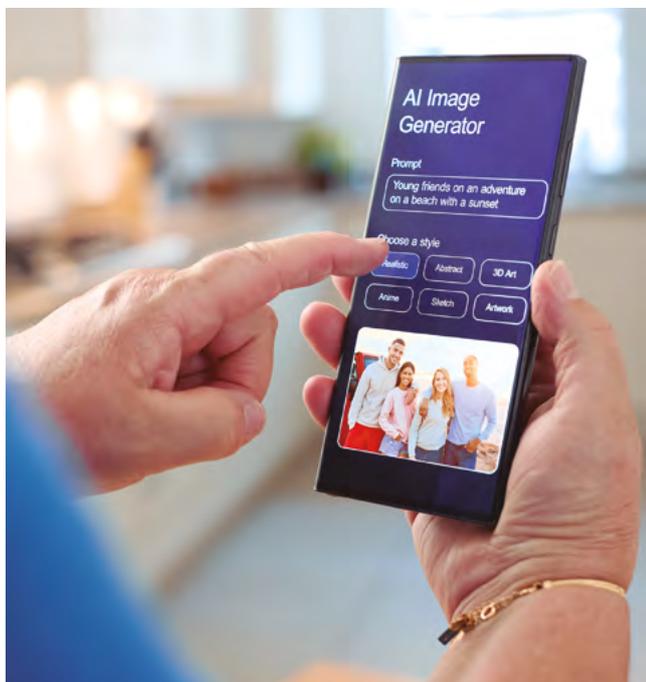
Sumérgete en la combinación perfecta de estilo y funcionalidad con nuestra mini nevera con congelador de 110 litros, diseñada para quienes buscan un toque retro sin renunciar a la eficiencia.

Las funciones de inteligencia artificial, las pantallas con protección ocular, los modelos plegables y los dispositivos para séniors marcan la tendencia en telefonía móvil

# La telefonía móvil sigue evolucionando al compás de la IA

La **inteligencia artificial (IA)** continúa impulsando la innovación en telefonía móvil, tal como se pudo observar en la última edición del Mobile World Congress (MWC) de Barcelona, que tuvo lugar entre los pasados 3 y 6 de marzo en la Fira Gran Via.

Como es tradicional, destacados **fabricantes de smartphones**, incluyendo a Samsung, Xiaomi, Honor, ZTE, Realme, TCL, Huawei, Motorola y SPC, expusieron sus últimos modelos en el evento, que cada año supone una oportunidad única para conocer las últimas tendencias en telefonía móvil.



Asimismo, la mayor parte de estas marcas centraron su participación en la feria en las **funciones avanzadas de IA** integradas en sus dispositivos más novedosos, con las que pretenden revolucionar tanto la fotografía como la productividad, la creación de contenido, la seguridad y el cuidado de la salud.

## Funciones de IA mejoradas

Un ejemplo destacado es Samsung, que recientemente ha lanzado su nueva serie Galaxy S25, con la que busca transformar la forma en que las personas hacen las cosas, crean y juegan a través de las **herramientas mejoradas de Galaxy AI**.

En la misma línea, Xiaomi ha incorporado capacidades avanzadas de IA a su nueva serie de smartphones Xiaomi 15, impulsada por el nuevo sistema operativo Xiaomi HyperOS 2, que introduce Xiaomi HyperAI. Estas herramientas **mejoran tanto la productividad como la creatividad**.

Igualmente, todos los smartphones presentados este año por ZTE utilizan Gemini, el modelo de IA más avanzado de Google, revolucionando la forma en que los usuarios interactúan con la tecnología mediante capacidades de IA de vanguardia, en línea con su **estrategia "AI for All"**.

También, Realme ha introducido dos tecnologías de IA que facilitan la **edición de fotografías y vídeos**. Mientras que AI Retoucher permite que los usuarios editen fotos solo con su voz, AI Video Eraser posibilita eliminar objetos o personas no deseados de los vídeos con un solo toque.



En cuanto a Honor, aprovechó el último MWC de Barcelona para desvelar su ambicioso **"Honor Alpha Plan"**, con el que busca convertirse en la empresa líder mundial en el ecosistema de dispositivos de IA.

Entre las innovadoras funciones de IA incluidas en los últimos smartphones presentados en el MWC, destacan las de **traducción y transcripción de conversaciones** en tiempo real, resumen de textos, asistente de escritura y de reuniones personales, asistente de dibujo, búsqueda de objetos y texto en la pantalla con un solo gesto, transformación de bocetos en obras de arte personalizadas, etc.

### Pantallas con protección ocular

Además, los fabricantes de telefonía móvil trabajan para que las pantallas de sus dispositivos ofrezcan una **comodidad visual máxima** a los usuarios, reduciendo su fatiga ocular y promoviendo su bienestar.

En este sentido, TCL continúa desarrollando su tecnología Nxtpaper, que **disminuye la luz azul**, nociva para los ojos, y elimina los reflejos, al tiempo que permite una temperatura de color y brillo adaptables. Así, la marca ha incorporado dos smartphones con esta tecnología a su nueva serie TCL 60: el TCL 60 SE Nxtpaper 5G y el TCL 60 Nxtpaper.

### Móviles más plegables que nunca

Por otro lado, otra de las tendencias más significativas vistas en el MWC 2025 es la **innovación en smartphones plegables**, que siguen teniendo un lugar destacado en el mercado de telefonía

móvil. Desde ahora, estos dispositivos ya no solo se pliegan en dos partes, sino hasta en tres.

La primera empresa en conseguirlo ha sido Huawei, que llevó a la feria su nuevo **smartphone triple plegable** Huawei Mate XT | Ultimate Design. Concretamente, este modelo presenta tecnologías patentadas que posibilitan que la pantalla se pliegue hacia dentro en una bisagra y hacia fuera en otra.

### Nuevos smartphones para sénior

No obstante, pese al abrumador contexto de desarrollo tecnológico que ha propiciado la llegada de la IA, también tienen su espacio smartphones más simples, como los **orientados al público sénior**.

En este sentido, la empresa española SPC anunció en el MWC 2025 sus primeros smartphones compatibles con la **app de cuidado en remoto SPC Care**: el SPC Zeus 2 Pro y el SPC Zeus 2. Estos dispositivos permiten que los cuidadores de personas de la tercera edad gestionen a distancia todas sus configuraciones y parámetros.

Aunque mantienen las características propias del modelo Zeus 4G, lanzado en 2022, estos nuevos dispositivos ofrecen **importantes mejoras**.

De esta forma, incluyen dos botones físicos en el frontal para responder y finalizar llamadas rápidamente; una interfaz **adaptada a las necesidades visuales** de las personas mayores, con iconos a gran tamaño; y un botón de SOS integrado, que facilita y agiliza el hecho de alertar de situaciones de emergencia.



### Samsung [www.samsung.com](http://www.samsung.com)

Samsung expuso su nueva serie Galaxy S25 en el MWC 2025, destacando en especial el modelo S25 Ultra. Con One UI 7, este smartphone se presenta como el compañero de IA ideal, brindando unas experiencias móviles más naturales y conscientes del contexto. Así, añade expansiones de las herramientas populares de Galaxy AI y, al mantener presionado el botón lateral Gemini, es posible realizar una interacción fluida entre las aplicaciones de Samsung y Google, así como las de terceros. De la misma forma, su gran pantalla Quad HD+ de 6,9 pulgadas, con una frecuencia de actualización adaptativa de 120 Hz, está protegida por el material Corning Gorilla Armor 2, por lo que es más resistente a los daños que la de su antecesor.

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

El Xiaomi 15 Ultra, de la nueva serie Xiaomi 15, está inspirado en el diseño clásico de las cámaras fotográficas, y combina resistencia y elegancia. Este modelo integra una pantalla AMOLED WQHD+ de 6,73 pulgadas que brinda una resolución cristalina de 3.200 x 1.440 px, una densidad de píxeles de 522 ppi y un brillo máximo de 3.200 nits. Asimismo, está diseñado para los profesionales creativos, por lo que equipa todas las distancias focales, desde un zoom óptico de nivel profesional de 14 mm hasta 200 mm. Con su cámara principal Leica de 23 mm, su cámara teleobjetivo flotante de Leica de 70 mm y su cámara ultra teleobjetivo Leica de 100 mm y 200 MP, ofrece fotografías de calidad profesional y vídeo en 4K a 120 FPS.



### Honor [www.honor.com](http://www.honor.com)

El Honor Magic7 Pro, la gran novedad de Honor en el MWC 2025, incorpora funciones de IA de vanguardia que revolucionan la fotografía, mejoran la calidad de la pantalla y proporcionan un gran rendimiento de hardware. En este sentido, se trata del primer smartphone con tecnología de detección de deepfake AI, identificando contenido manipulado a través de algoritmos avanzados. También, maximiza la productividad con funciones como AI Translation, que ofrece traducción instantánea de hasta 13 idiomas, y Honor Notes, que puede analizar rápidamente el contenido de las notas y hacer un resumen del mismo, así como extraer la información esencial de largas transcripciones de reuniones.



**ZTE** [www.ztedevices.com](http://www.ztedevices.com)

El nuevo ZTE Nubia Flip 2 5G, presentado en el MWC 2025, cuenta con un diseño elegante y plegable que se adapta a todos los bolsillos. Además, combina una pantalla Inner AMOLED de 6,9 pulgadas, con una tasa de refresco de 120 Hz y modulación de ancho de pulso de 2.160 Hz, con una pantalla OLED frontal de 3 pulgadas que mejora significativamente las posibilidades interactivas. Esta pantalla externa es compatible con aplicaciones populares como Facebook y YouTube, proporcionando una experiencia de usuario completa e intuitiva sin necesidad de abrir el smartphone.

Igualmente, este modelo equipa un sistema de imagen mejorado por IA, e incluye herramientas de traducción en tiempo real y soporte de conversación multilingüe.

**TCL** [www.tcl.com](http://www.tcl.com)

Gracias a su avanzada pantalla Nxtpaper, el TCL 60 SE Nxtpaper 5G, de la nueva serie TCL 60, es capaz de reducir la luz azul nociva y eliminar los reflejos, al tiempo que proporciona una temperatura de color y brillo adaptables para disminuir aún más la fatiga ocular. Con un solo clic en la tecla dedicada Nxtpaper Key, este smartphone se transforma con facilidad en un e-reader de última generación, para una experiencia de lectura inmersiva y más similar que cualquier otra a la del papel tradicional. Además, mejora la productividad a través de sus potentes herramientas basadas en IA, incluyendo traducción simultánea, resumen de textos, asistente de escritura o asistente de reuniones personales.



**Huawei** [www.huawei.com](http://www.huawei.com)

Huawei expuso en el MWC 2025 el primer smartphone triple plegable, el Huawei Mate XT | Ultimate Design. En concreto, este nuevo dispositivo presenta tecnologías patentadas de bisagra y pantalla que posibilitan que la pantalla se pliegue hacia dentro en una bisagra y hacia fuera en otra. Del mismo modo, incorpora una cámara Xmage con apertura física ajustable en 10 tamaños, que se combina con una cámara telefoto periscopónica y una cámara ultra gran angular. Igualmente, su gran pantalla Huawei X-True™ de 10.2 pulgadas ofrece una resolución

3K, así como una relación pantalla-cuerpo del 92% y una relación de aspecto 16:11. Su zoom óptico de 5,5x8 y su zoom digital de 50x permiten recorrer grandes distancias al tocar el obturador.

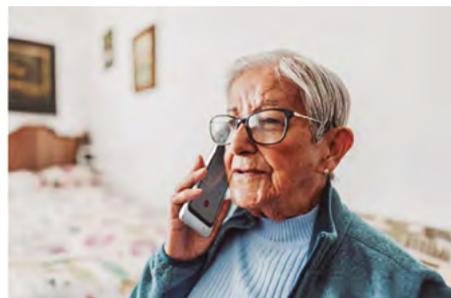


### Realme [www.realme.com](http://www.realme.com)

La nueva serie Realme 14 Pro incluye los primeros smartphones del mundo con cambio de color sensible al frío. El Realme 14 Pro+ integra una cámara principal Sony IMX896 OIS de 50 MP emparejada con el teleobjetivo periscopico exclusivo del segmento, que posibilita un SuperZoom de 120x. Además, está impulsado por la plataforma Qualcomm Snapdragon 7s Gen 3 5G y Next AI, contando con el triple flash Magic Glow, para retratos nocturnos de estudio. Con AI Ultra Clarity 2.0, aporta nitidez a las imágenes borrosas. Igualmente, ofrece una batería Titan de 6.000 mAh con carga rápida de 80 W, una pantalla curvada cuádruple con biseles de 1,5 K y certificación de resistencia IP69/68/66, permitiendo grabar bajo el agua hasta 1 hora.

### SPC [www.spc.es](http://www.spc.es)

El SPC Zeus 2 Pro, es, junto con el SPC Zeus 2, el primer smartphone compatible con la app de cuidado en remoto SPC Care. De esta forma, integra dos botones físicos en el frontal para responder y colgar llamadas rápidamente, y cuenta con una interfaz adaptada a las necesidades visuales de los mayores, con iconos a gran tamaño. Con un botón SOS integrado, permite alertar de situaciones de emergencia con rapidez y facilidad. Destaca gracias a sus funciones de desbloqueo por huella dactilar, que refuerzan la seguridad, y combina una cámara dual de 50 MP con IA, una cámara selfi de 8 MP y una pantalla HD+ de 6,1 pulgadas. Asimismo, ofrece 128 GB de almacenamiento, 6 GB de RAM, NFC, carga inalámbrica y carga rápida de hasta 18 W.



### Motorola [www.motorola.es](http://www.motorola.es)

El nuevo Moto G05, de Motorola, dispone de la pantalla más brillante de su rango, con una tasa de refresco de 90 Hz. Además, sus altavoces estéreo incluyen Bass Boost y son compatibles con Dolby Atmos, proporcionando así una experiencia de sonido envolvente y unos bajos 7 veces más potentes. Del mismo modo, presenta un sistema de cámara de 50 MP con tecnología Quad Pixel, posibilitando realizar fotografías de alta calidad. Con la IA de su visión nocturna y el modo retrato, los usuarios pueden obtener unas imágenes nítidas en exteriores e incluso en retratos profesionales. A través de su procesador y su RAM Boost, este smartphone proporciona un rendimiento ultraeficiente mientras se navega por internet o se alterna entre aplicaciones.



**Oppo** [www.oppo.com](http://www.oppo.com)

El nuevo Oppo Reno13 Pro 5G se caracteriza por su diseño *premium* e inspirado en la naturaleza, con una parte trasera fabricada a partir de una única pieza de vidrio esculpido y un marco de aluminio de grado aeroespacial. Igualmente, su equilibrado chasis combina resistencia y ligereza. Con una potente cámara principal de 50 MP y capacidades de grabación en 4K, permite capturar cada momento con el máximo realismo posible. Adicionalmente, proporciona un gran rendimiento gracias al procesador MediaTek Dimensity 8350. De la misma forma, incluye funciones avanzadas de IA de mejora y edición de imágenes, y se encuentra disponible para su compra en los colores Plume Purple y Graphite Gray.

**OnePlus** [www.oneplus.com](http://www.oneplus.com)

Con el recientemente actualizado OxygenOS 15, el OnePlus 13R ofrece funciones avanzadas de IA diseñadas con la finalidad de mejorar tanto la productividad como la creatividad, asegurando una experiencia de usuario rápida, fluida e inteligente. Este smartphone incorpora un sistema de triple cámara mejorado, compuesto por una cámara principal de 50 MP, equipada con el nuevo sensor Sony LYT-700 y OIS; una cámara retrato de 50 MP, con zoom óptico 2x; y una cámara ultra gran angular de 8 MP. También, brinda una experiencia de juego ultrafluida a 120 fps, y su pantalla plana ProXDR de 6,78 pulgadas y resolución 1,5K, certificada por TÜV Rheinland Eye Care 4.0, prorroga la salud ocular durante sesiones de uso prolongadas.



**Apple** [www.apple.com](http://www.apple.com)

El nuevo iPhone 16e combina velocidad, un buen rendimiento y una gran autonomía, gracias a la eficiencia del chip A18 y el nuevo módem C1, el primero diseñado por Apple. Del mismo modo, es compatible con Apple Intelligence, un intuitivo sistema de inteligencia personal que brinda información útil y relevante al tiempo que supone un gran paso adelante para la privacidad en la IA. Además, su cámara Fusion de 48 MP realiza fotos y vídeos de calidad profesional, y, con el teleobjetivo x2 de calidad óptica integrada, es como tener dos cámaras en una. Gracias a las revolucionarias funciones vía satélite de Apple, permite que los usuarios se mantengan conectados incluso en zonas sin wifi ni cobertura móvil y pidan ayuda cuando más la necesiten.

Más de 141.000 asistentes se dieron cita del 7 al 10 de enero en Las Vegas (Nevada, Estados Unidos) para conocer las últimas novedades de la industria de electrónica de consumo en el CES 2025 (Consumer Electronics Show), con la inteligencia artificial y los avances en movilidad personal en el centro

# La IA y la movilidad avanzada protagonizan el **CES 2025**

**C**onsumer Electronics Show inauguró el calendario ferial de 2025 con su celebración del 7 al 10 de enero en Las Vegas, con todas las novedades de la industria y especial foco en los avances en inteligencia artificial, salud digital y nuevos dispositivos de movilidad eléctrica, entre muchos otros temas destacados.

Esta edición de la feria de electrónica de consumo reunió a más de 141.000 visitantes de todo el mundo, que asistieron a Las Vegas para conocer las **innovaciones de 4.500 expositores**. El 40% de los asistentes eran internacionales, procedentes de más de 150 países, regiones y territorios distintos.

En cuanto a las empresas expositoras, hubo **1.400 start-ups** de 39 países diferentes, que llenaron el espacio Eureka Park. Por otro lado, participaron más del 60% de empresas de la **lista Fortune 500**. En el marco de la feria, se organizaron más de 300 conferencias, con más de 1.200 ponentes en total.

## Expositores y temas destacados

Entre los expositores más destacados figuraron grandes compañías como Panasonic, Samsung, LG, Siemens, Bosch, TCL, Sony, Asus o Hisense. Del total de expositores, 84 empresas forman parte del ranking Interbrand 100, y 40 marcas están en el Top 50 Consumer Electronics Retailers de Twice.

Respecto a los temas de interés, además del protagonismo de la IA y la movilidad, se abordaron cuestiones como el 5G, la realidad aumentada, realidad virtual y realidad mixta, **el gaming y los eSports**, las fintech, las tecnologías de fitness, el entretenimiento en el hogar, la domótica y hogar inteligente, las ciudades inteligentes, los avances en robótica y la sostenibilidad, así como también la diversidad e inclusión.

Gary Shapiro, CEO y vicepresidente de la Consumer Technology Association (CTA), la entidad organizadora del evento, afirmó que **"CES es el lugar donde la innovación cobra vida"**.





**Gary Shapiro**, CEO y vicepresidente de la Consumer Technology Association (CTA):

“CES es escenario de lanzamiento de productos rompedores y tecnologías disruptivas.

Es el lugar donde **la innovación cobra vida**”

“Todo el ecosistema tecnológico, desde las empresas más grandes hasta las start-ups pioneras, está presente en la feria”, añadió Shapiro. “CES es el escenario de **lanzamiento de productos rompedores**, asociaciones transformadoras y momentos empresariales de serendipia, que definen el futuro de la tecnología”.

Por su parte, Kinsey Fabrizio, presidenta de la CTA, añadió su punto de vista sobre esta nueva edición del salón. “CES es una celebración del arte de lo posible, que muestra cómo la tecnología enriquece nuestro mundo e inspira un futuro más brillante para todos. Desde innovaciones revolucionarias que mejoran vidas hasta **ideas transformadoras que redefinen industrias**. La evolución de CES ha quedado patente en la feria de este año. La creatividad, la conectividad y la innovación inspiran a todo el sector con ponencias visionarias, sesiones de conferencias que invitan a la reflexión y exposición de alucinantes novedades”.

## Avances en salud digital

Entre los temas novedosos y avances de interés en el mercado, destacó la **innovación en biotecnología**, así como en el ámbito de telemedicina y bienestar, mejorando la atención al paciente. Algunos de los expositores que presentaron nuevos productos relacionados con el sector sanitario fueron Panasonic, Lumia Health, AARP, Abbott, Eyebot, FlowBeams, OnMed, ResMed y Withings, por nombrar algunos.

Volvemos a hacer mención a las novedades en inteligencia artificial, una de las tecnologías recientes que causa mayor furor y ha supuesto un cambio más disruptivo en la industria. En este sentido, se expusieron nuevas herramientas de productividad, así como **avances médicos revolucionarios** gracias a esta tecnología. Presentaron novedades relacionadas con la IA marcas como Hisense, LG, Samsung, Siemens, TCL, AMD, Nvidia y Qualcomm.

Finalmente, se trató la innovación en movilidad, abarcando la movilidad personal y **vehículos eléctricos**, pero también la construcción, agricultura, tecnología marina y transporte aéreo avanzando. Los asistentes al show pudieron conocer estas novedades de la mano de expositores como Bosch, Suzuki, BMW, Honda, Aptera Motora, Brunswick, Caterpillar, Daedong, Garmin, Kubota, Scout Motors y Zeekr.

La próxima edición del CES se celebrará del 6 al 9 de enero de 2026.

[www.ces.tech](http://www.ces.tech)



### Samsung [www.samsung.com/es](http://www.samsung.com/es)

Las novedades de Samsung se centraron en gaming y en mejorar la experiencia audiovisual, con cinco nuevos monitores presentados en CES 2025: Smart Monitor M9, ViewFinity S8, y Odyssey G8, G6 y 3D. Todos estos modelos disponen de nuevas funcionalidades de IA, tamaños pioneros en el mercado OLED y un rendimiento superior.

La gama Odyssey es la más enfocada al gaming, con monitores OLED 4K de 27 pulgadas y frecuencias de actualización de 240 Hz. El modelo 3D incorpora una experiencia personalizable, sin necesidad de gafas independientes, gracias a su lente lenticular y cámara estéreo frontal. Por su parte, el ViewFinity es el monitor 4K 16:9 más grande hasta la fecha, con 37 pulgadas.

### Bosch [www.grupo-bosch.es](http://www.grupo-bosch.es)

El horno inteligente Serie 8 de Bosch fue una de sus principales novedades en el CES 2025 en cuanto a electrodomésticos. Este horno está equipado con sensores, cámaras e inteligencia artificial. Con su ayuda, el horno puede reconocer unos 80 platos diferentes y ajustar automáticamente el método de cocción y temperatura óptimos. Para ello, incorpora una pantalla táctil TFT de alta resolución, con imágenes claras y textos informativos nítidos. Y para muchos platos, permite incluso seleccionar individualmente el grado de dorado. Entre sus funciones, destacan Vapor 100% Plus y la función AirFry.

Cabe destacar otra novedad de Bosch: la cuna inteligente, con sensores, cámara y uso de IA, que ganó el premio CES Innovation Honoree.



### Hisense [www.hisense.es](http://www.hisense.es)

Las novedades de Hisense incluyeron televisores ULED y ULED X, diseñados para ofrecer una experiencia de visualización sin precedentes. Estas pantallas permiten visualizar colores más vibrantes, superando la calidad obtenida en los modelos OLED, combinado además con un sonido envolvente que redefine el entretenimiento en el hogar. Para presentar estas novedades, Hisense realizó demostraciones interactivas en deportes, arte y videojuegos, mostrando cómo la inteligencia artificial mejora cada detalle.

El resto de presentaciones de la marca incluyeron innovaciones en electrodomésticos, como el frigorífico Jumbo Side-by-Side, la lavadora-secadora Mini LuxCare y el nuevo aire acondicionado UltraSlim.



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

El especialista en imagen Panasonic también presentó nuevos televisores en CES 2025: el modelo OLED Z95B y el Mini LED W95B. Además, mostró sus nuevos auriculares True Wireless EAH-AZ100, con Dolby Atmos y sonido de alta resolución.

En cuanto a los televisores, destaca el panel Primary RGB Tandem de la serie OLED Z95B, calificado por la marca de "revolucionario" gracias a su estructura de emisión de cuatro capas, que refina la longitud de onda de la luz e incrementa la pureza del color. Así, mejora la eficiencia lumínica en un 40%, con más brillo, colores más vivos y una reproducción más fiel. Está disponible en 55, 65 y 77 pulgadas.

### LG [www.lg.com/es](http://www.lg.com/es)

También se centró en novedades en televisores LG, que lanzó los nuevos OLED evo M5 y OLED evo G5. Ambos modelos cuentan con el último procesador de inteligencia artificial Alpha 11 Gen2 de LG como núcleo. Ofrecen una calidad de imagen OLED superior con tonos negros impecables y un brillo excepcional. Asimismo, incorporan nuevas funcionalidades de la mano de la inteligencia artificial, como el nuevo AI Sound Pro, con un audio rico e inmersivo para el usuario. Otra de sus tecnologías destacadas es Brightness Booster Ultimate, que logra triplicar el brillo de la pantalla, respecto a modelos OLED anteriores. Por si fuera poco, LG lo ha logrado sin la capa de microlentes Micro Lens Array, utilizada convencionalmente.



### Sony [www.sony.es](http://www.sony.es)

Sony apostó por nuevas tecnologías de soporte a la creación de contenido espacial, con nuevo hardware y el software XYN integrado. Esta nueva solución aprovecha tecnologías exclusivas en imagen, detección y visualización para capturar y reproducir con precisión objetos, movimiento humano y fondos en espacios del mundo real. Gracias a esto, logra una reproducción más eficiente en un entorno de producción de gráficos 3D por ordenador. Junto a ello, Sony presentó un nuevo prototipo de headset, con el que crear y detectar estos movimientos para trasladarlos más tarde al

mundo virtual. Asimismo, el stand de Sony incluyó una demostración de entretenimiento inmersivo con vídeo de alta definición, basado en 'The Last of Us'.



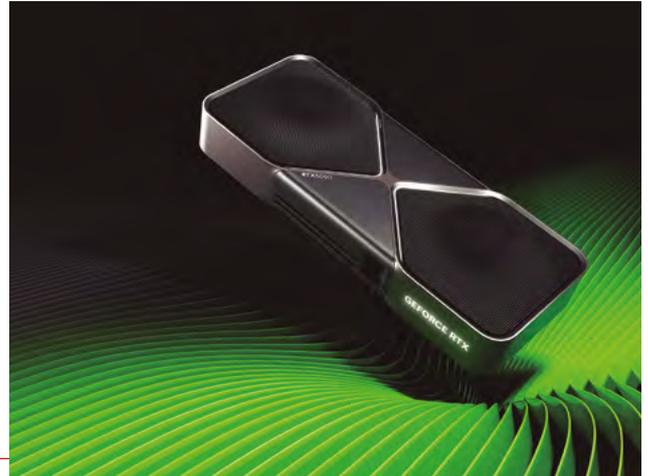
**Asus** [www.asus.com/es](http://www.asus.com/es)

Lo más nuevo de Asus en CES 2025 fue su portátil Zenbook A14, un nuevo dispositivo más ligero y con un acabado visual delicado y exclusivo. Asus amplía en este portátil el uso del material cerámico de alta tecnología Ceraluminum, patentado por la marca. En este caso, usa dicho material en todos los laterales del ordenador, excepto en la pantalla. Así, el Zenbook A14 pesa menos de 1 kg, siendo el Copilot+ PC más ligero del mercado.

Impulsado por los procesadores Snapdragon X Series, este ordenador ofrece un rendimiento de TDP de hasta 45W junto con 45 TOPS de potencia NPU. Su duración de batería es todavía superior, con hasta 32 horas de autonomía. Está disponible en dos opciones de color: Zabriskie Beige y Gris Islandia.

**Nvidia** [www.nvidia.com/es-es](http://www.nvidia.com/es-es)

El especialista en procesamiento gráfico Nvidia presentó en CES sus nuevas tarjetas gráficas y ordenadores portátiles GeForce RTX serie 50, con un enorme nivel de potencia de IA para ofrecer experiencias transformadoras, tanto en juego y gaming como en creación audiovisual. Consiguen reducir la latencia hasta en un 75%, gracias a Nvidia Reflex 2, con una fidelidad gráfica excelente. Cuentan con Nvidia DLSS 4, que logra multiplicar el rendimiento y generar imágenes a mayor velocidad. Además, lleva Nvidia Studio incorporado, que como novedad destacada añade modelos de IA de última generación, con optimizaciones específicas para la implementación en ordenadores RTX AI.



**TCL** [www.tcl.com/es/es](http://www.tcl.com/es/es)

Las nuevas soluciones de TCL en el CES abarcaron desde nuevos televisores y lanzamientos en smartphones y tablets hasta nuevas propuestas en hogar inteligente, como aires acondicionados, frigoríficos y lavadoras, para un ecosistema totalmente integrado. Pasando por sus atractivas gafas RayNeo de realidad aumentada, que cuentan con una versión renovada.

Como especialista en pantallas, lo más destacado de TCL fueron sus televisores, con innovadora tecnología QD-Mini LED, que aportan "experiencias audiovisuales inigualables en grandes pantallas, monitores e incluso una solución de cabina inteligente para automóviles". Ofrecen un pico de brillo y un contraste ultra alto, con una amplísima gama de colores 98% DCI-P3.



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

El CES mostró también novedades en movilidad eléctrica, de la mano de Segway. La marca presentó hasta siete modelos nuevos distintos, desde la gama baja hasta modelos más premium, con sistema de mejora de estabilidad SegRide, tecnología de optimización de rango SegRange y control dinámico de tracción de la marca. El nuevo modelo más potente es el GT3 Pro, capaz de alcanzar los 48 km/h en tan solo 3,9 segundos y una velocidad máxima de 80 km/h. Dispone de una potencia de 7.000W y autonomía de hasta 138 kilómetros.

### JBL [www.jbl.es](http://www.jbl.es)

La firma de audio profesional JBL presentó también novedades en el CES, como sus auriculares JBL Tour One M3, que llegan con el primer transmisor de audio de la marca, el Smart Tx. Ofrecen audio Hi-Res Bluetooth y cancelación de ruido. Además, cuenta con experiencias de personalización, configurando perfiles auditivos propios mediante pruebas de audición.

Otro de los dispositivos novedosos del grupo es JBL Horizon 3, un altavoz que se integra en los horarios personales, ayudando a favorecer la relajación y el descanso a través de iluminación ambiental y sonidos relajantes.



## Da gusto estar en casa

La soluciones de climatización y aerotermia Daitsu permiten ahorrar hasta un 50% en la factura energética mientras respetas el medio ambiente.



Ingram Micro ha anunciado la fecha de su 22º Simposium, que se celebrará el 2 de octubre en Fira Barcelona Gran Vía, con el lema "Impulsando el futuro de la distribución". El evento discutirá la transformación digital

# Simposium Ingram Micro: Impulsando el futuro de la distribución

**Ingram Micro** ha anunciado la fecha de su 22º Simposium, que se celebrará el próximo jueves 2 de octubre en el pabellón 2.1 de la Fira Barcelona Gran Vía.

En esta edición del evento, el mayorista de servicios y soluciones IT espera alcanzar un nuevo récord de asistentes, reuniendo a más de 2.500 profesionales del Canal. Asimismo, este Simposium tendrá como lema "**Impulsando el futuro de la distribución**", que refuerza la idea de la transformación digital.

## Múltiples ponencias y talleres

Además, este año el evento contará con un **gran número de expositores**, que presentarán productos y novedades a los asistentes. Igualmente, tendrán lugar actividades como ponencias y talleres, que permitirán a los visitantes acercarse más a la mejor tecnología del momento, conocer las tendencias actuales y hallar las soluciones que más se ajusten a sus necesidades.

También, en esta edición se mostrarán y explicarán los últimos avances de la propia Ingram Micro, incluyendo las novedades de **Xvantage** y los acuerdos alcanzados en 2024 con marcas, fabricantes y proveedores, que han posibilitado ampliar aún más el catálogo de productos y soluciones de la empresa en España.

## Vuelve la app para móviles del Simposium

Por otro lado, Ingram Micro ofrecerá, por segundo año consecutivo, una **app** del Simposium para móviles, donde los expositores

y asistentes podrán acceder a información actualizada sobre el programa de ponencias, talleres y eventos.

De la misma manera, los usuarios podrán marcar sus eventos favoritos para crear su propia agenda personalizada y recibir notificaciones para no perderse ninguno. Adicionalmente, podrán consultar información detallada de cada expositor al entrar en su perfil.



Mediante esta app, tanto los expositores como los asistentes tendrán la opción de cerrar reuniones "one-to-one" para mostrar o conocer mejor productos y servicios. Esto se traducirá en una mejora en la **captación de leads** para generar negocio y ampliar redes de contactos, indispensables para crecer en un sector altamente competitivo y cambiante como lo es el digital.

[es-new.ingrammicro.com](https://es-new.ingrammicro.com)

La feria de bienes de consumo Ambiente 2025 se celebró en Frankfurt del 7 al 11 de febrero y contó con la participación de destacados fabricantes de electrodomésticos como Cloen o Graef

# Cloen y Graef presentan sus novedades en **Ambiente 2025**

En la pasada edición de la feria **Ambiente 2025**, que se celebró en Frankfurt del 7 al 11 de febrero, varios importantes fabricantes de electrodomésticos de cocina, entre ellos la empresa valenciana Cloen y la alemana Graef, presentaron sus últimas innovaciones.

## Cloen

**Cloen**, situado en el stand F10 del Hall 8.0, destacó su avanzada línea de placas de inducción empotradas e invisibles, con opciones de dos a seis zonas de cocción. Las placas de Cloen ofrecen soluciones como las tecnologías Half Bridge y Flex, adaptadas a diferentes estilos de cocina y garantizando un rendimiento óptimo.

Además, sus placas inalámbricas, sin cables ni baterías, se integran perfectamente en cualquier cocina moderna, incluso en superficies porcelánicas.

Cloen también presentó su revolucionaria tecnología **Cloen Cordless**, que permite cocinar en una encimera completamente limpia, proporcionando energía inalámbrica para otros electrodomésticos, lo que refuerza su compromiso con la innovación y sostenibilidad.

## Graef

Por su parte, **Graef**, que contó con un stand de 95 m<sup>2</sup> en el pabellón 8, presentó su nueva generación de afiladores de cuchillos, desarrollados a partir de décadas de experiencia en tecnología de corte. Estos afiladores utilizan abrasivos de diamante, afilado

multietapa y guías angulares precisas, logrando cuchillas ultraafiladas rápidamente.

La empresa también mostró nuevas soluciones para la preparación de **espressos** y herramientas para la espuma de leche, así como innovaciones en cortadoras multiusos, incluyendo la edición limitada **Iconic25**.



Graef se enfocó en llegar a **nuevos grupos objetivos** en sectores como la caza y la pesca, mientras ofrecía a los visitantes un "viaje de placer culinario" con la presentación de sus nuevos productos.

Ambas empresas, Cloen y Graef, reafirmaron su compromiso con la innovación y la sostenibilidad en Ambiente 2025, presentando soluciones que combinan estética, funcionalidad y tecnología avanzada.

[ambiente.messefrankfurt.com](https://ambiente.messefrankfurt.com)

Barcelona acogió en marzo el MWC 2025, que recuperó las cifras de antes de la pandemia, reuniendo a 109.000 asistentes de 205 países y regiones distintos

# El MWC regresa a cifras prepandemia en su edición de 2025

La edición de 2025 del Mobile World Congress (MWC) de Barcelona, que se celebró entre los pasados 3 y 6 de marzo, recuperó las cifras prepandemia, recibiendo a **109.000 visitantes de 205 países y territorios** diferentes, los mismos que en 2019.

También, la feria reunió a más de **2.900 expositores, patrocinadores y partners** en los 240.000 m<sup>2</sup> de superficie expositiva de los 8 pabellones de la Fira Barcelona Gran Vía. Asimismo, el MWC 2025 puso el foco en la tecnología móvil avanzada y la inteligencia artificial (IA), y contó con la participación de más de 1.200 ponentes y líderes de opinión, entre ellos un 41% de mujeres.

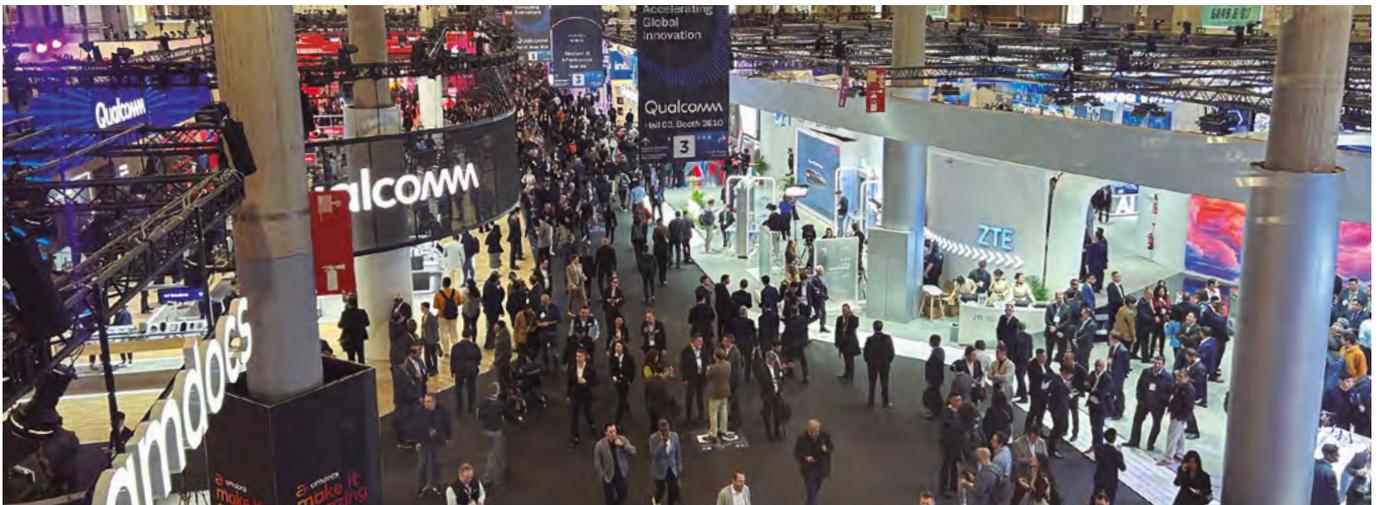
John Hoffman, CEO de GSMA, organizadora del MWC, afirmó: *“El MWC es el punto de encuentro de las industrias, y el evento de este año ha demostrado lo rápido que la **tecnología está transformando***

*el mundo que nos rodea. Desde las redes impulsadas por IA hasta el futuro de la movilidad inteligente, los debates de esta semana en Barcelona marcarán la pauta para el año que viene”.*

*“Lo que ocurre en el MWC no se queda en el MWC, sino que **desencadena un cambio real**. Estoy impaciente por ver adónde nos lleva este impulso, sobre todo de cara al MWC25 de Shanghái, en junio de este año”,* añadió Hoffman.

## Éxito rotundo del MWC 2025

Por otro lado, el 56% de los visitantes representaban a sectores adyacentes al ecosistema móvil principal. Del mismo modo, el 50% eran de nivel directivo o superior, y el 21% asistentes a la alta dirección, mientras que un 27% del total de visitantes eran mujeres.



## Agenda de eventos mundiales de la GSMA para 2025

El MWC 2025 de Barcelona dio el pistoletazo de salida a la **agenda de eventos mundiales de la GSMA** para este año. En este sentido, a inicios de marzo se anunció la inauguración del MWC de Doha, que se celebrará entre los próximos 25 y 26 de noviembre.

Por otra parte, se confirmó el **regreso de 4FYN al MWC de Shanghái**, así como la ubicación conjunta de la International Internet of the Things Exhibition (IOTE) en la feria. Asimismo, Vivek Badrinath introducirá el programa GSMA M360 de este año con su discurso inaugural como director general de M360 Eurasia, evento que tendrá lugar del 21 al 22 de mayo de 2025 en Tashkent, Uzbekistán. Seguidamente, entre el 29 y el 29 de mayo, Ciudad de México acogerá M360 LATAM.



Igualmente, el evento contó con **más de 2.900 periodistas y analistas del sector** procedentes de todo el mundo.

En cuanto al GSMA Ministerial Programme, congregó a 188 delegaciones de 148 países, así como a 40 organizaciones intergubernamentales, 66 ministros y 111 responsables de las autoridades reguladoras. Adicionalmente, el evento 4YFN acogió a **más de 1.000 startups expositoras**, cerca de 380 ponentes y más de 900 inversores, con fondos colectivos por un total de 60.000 millones de euros.

Respecto al Talent Arena, organizado por Mobile World Capital Barcelona (MWCcapital), y que tuvo lugar en Fira Barcelona Montjuïc simultáneamente al MWC 2025, logró más de 20.000 asistentes, con un **53% de profesionales de alto nivel** y un 47% de estudiantes y jóvenes profesionales.

Además, se alcanzaron aproximadamente **un millón de visitas únicas** a las ponencias y sesiones en directo en la página web oficial del MWC Barcelona, la aplicación del MWC, Mobile World Live y las plataformas y medios de comunicación asociados.

## Nueva era para el sector

Mats Granryd, director general de la GSMA, comentó: *“He asistido a todos los MWC desde los primeros días y, siendo este mi último como director general, estoy increíblemente orgulloso de cómo ha evolucionado. El sector se está embarcando en una **nueva era**, y estoy profundamente agradecido de haber desempeñado un pequeño papel”*.

*“Cada MWC se basa en el anterior, y este año ha sido realmente innovador. Al ceder el testigo a Vivek Badrinath, sé que la GSMA está en una posición única en este mundo cada vez más complejo para reunir a responsables políticos, empresas emergentes y empresas con el fin de **impulsar el debate público y privado** sobre los temas que importan. Todo ello con un telón de fondo de anuncios que mueven el mercado y primeras tecnologías inspiradas: es realmente innegable”*, concluyó.

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



## 500 expositores en EuroCIS 2025

La feria de tecnología para el retail EuroCIS reunió a unos 500 expositores de 38 países distintos del 18 al 20 de febrero en Messe Düsseldorf. El evento abordó temas de gran actualidad para el sector minorista, como la centralidad del cliente, la tienda inteligente, la gestión energética, la ciberseguridad y la inteligencia artificial. Entre los centenares de expositores se encontraban grandes compañías multinacionales como MediaMarkt Saturn, HP, Epson, Samsung, Huawei, Toshiba, Bosch Security Systems y Fujitsu.

## Más de cien expertos, en Foro Galicia RAEE

La Asociación Nacional de Empresas Distribuidoras de Electrodomésticos (ADEN) y la Asociación Profesional de Empresas Medioambientales de Galicia (APROEMA) impulsaron la celebración del I Foro Galicia RAEE el 5 de febrero, que reunió a más de un centenar de profesionales del sector de la gestión y recogida de RAEE en Santiago de Compostela. Entre los temas tratados, destacó el papel de la inteligencia artificial como herramienta clave y el impacto de las nuevas normativas europeas.



## Global Game Jam, en Málaga

El campus de programación 42 Málaga acogió del 24 al 26 de enero el evento mundial de desarrollo de videojuegos Global Game Jam. La convocatoria reunió a más de 450 diseñadores y desarrolladores, que trabajaron en colaboración para diseñar juegos innovadores en solo 48 horas. La Global Game Jam se celebra en formato híbrido en más de 100 países en todo el mundo.

## ISE 2025 en Barcelona

Del 4 al 7 de febrero, se celebró en Barcelona la feria Integrated Systems Europe (ISE), con novedades tecnológicas, principalmente en el ámbito de pantallas y soluciones profesionales. Destacó la presencia de marcas globales como Samsung y Grundig. La surcoreana presentó innovaciones de muy bajo consumo, como la Samsung Color E-Paper, con capacidades avanzadas de IA y mejoras en la eficiencia energética. Asimismo, la marca ha incorporado nuevos avances en su plataforma de gestión B2B Smart-Things Pro, para mejorar la eficiencia operativa de la IA en sus dispositivos.



Por su parte, Grundig expuso su gama de soluciones profesionales para hoteles, oficinas, entornos educativos y espacios comerciales. Su propuesta tecnológica combina diseño, conectividad y eficiencia, reafirmando la capacidad de innovación de la marca de origen alemán. Manuel Royo, director de marketing de Grundig en España, ha explicado lo pionero en las novedades del grupo. "En Grundig, cada proyecto refleja soluciones específicas que destacan por su diseño, tecnología y eficiencia energética. Nos apoyamos en nuestra experiencia para impulsar la innovación".

## De'Longhi y Smeg en Coffee Fest Madrid

Destacadas marcas del sector de cafeteras expusieron sus novedades para el hogar en el Coffee Fest Madrid, celebrado del 15 al 17 de febrero en IFEMA.

Entre los nombres más destacados figuraron De'Longhi y Smeg, ambas marcas de origen italiano. Smeg presentó su máquina de café espresso Mini Pro EMC02 y su molinillo CGF02, con su icónico diseño y tecnología de vanguardia para una auténtica experiencia barista. Por su parte, De'Longhi desveló su última innovación: una cafetera de bomba tradicional con molinillo.

# sonitrón



## Marzo

### 03/06

Barcelona (España)

#### MWC

Feria del mueble residencial, de oficina y accesorios para el mobiliario y el hogar.

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

### 05/06

Lillestrøm (Noruega)

#### SECTECH EXPO

Evento escandinavo centrado en servicios y productos tecnológicos de seguridad.

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

### 13/16

Singapur (Singapur)

#### COMEX IT SHOW

La mayor exposición de electrónica de consumo en Singapur.

[www.comexitshow](http://www.comexitshow)

### 14/16

Vicenza (Italia)

#### FIERA DELL'ELETTRONICA DI CONSUMO

Feria dedicada a los aficionados, coleccionistas y usuarios de electrónica de consumo.

[www.fieradellelettronica.net](http://www.fieradellelettronica.net)

### 15/16

Cerea (Italia)

#### EXPO ELETTRONICA

Exposición de electrónica, informática, telefonía, hardware, software y accesorios.

[www.expoelettronica.it](http://www.expoelettronica.it)

### 20/23

Shanghái (China)

#### AWE

Salón para la industria mundial de electrodomésticos y electrónica de consumo.

[www.en.awe.com.cn](http://www.en.awe.com.cn)

## Abril

### 02/13

Londres (Reino Unido)

#### LONDON GAMES FESTIVAL

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

[www.games.london](http://www.games.london)

### 13/16

Hong Kong (China)

#### HONG KONG ELECTRONICS FAIR

(Edición Primavera)

Feria de electrónica de consumo y electrodomésticos.

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

### 16/18

Taipéi (Taiwan)

#### TOUCH TAIWAN

Feria internacional para la industria de las pantallas y las pantallas táctiles.

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

### 18/21

Hong Kong (China)

#### GLOBAL SOURCES MOBILE ELECTRONICS

Exposición de wearables, dispositivos TWS, RV/RA, energía solar y estaciones de carga.

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

### 24/27

Nairobi (Kenia)

#### KENYA HOMES EXPO

Salón internacional de electrodomésticos, HVAC, iluminación, hardware, seguridad...

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

## Mayo

### 07/09

Manila (Filipinas)

#### G2E ASIA

Cita para el sector asiático del gaming y el entretenimiento.

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

### 14/15

Estocolmo (Suecia)

#### STOCKHOLM TECH SHOW

Evento de networking líder en la región nórdica para tecnologías de transformación digital.

[www.stockholmtechshow.se](http://www.stockholmtechshow.se)

### 14/16

Seúl (Corea del Sur)

#### ELECTRIC POWER TECH KOREA

Salón de material eléctrico, iluminación y baterías.

[www.electrickorea.org](http://www.electrickorea.org)

### 14/16

Múnich (Alemania)

#### HIGH END

Exposición internacional de tecnologías de audio.

[www.highendsociety.de](http://www.highendsociety.de)

**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.



# AMPLIAMOS EL KIT DIGITAL

SEGMENTO III

# HASTA

# 3.000 €

## PARA TU NEGOCIO

Páginas web  
Tiendas online

Redes sociales  
Google Adwords

# cecotec

CECOFRY&GRILL SMOKIN'

## Airfryers con alma de barbacoa



Consigue el auténtico sabor a la parrilla con su exclusivo doble grill y ahumador integrado.\*

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

\*Ficción publicitaria. Cecofry & Grill Smokin' es una freidora de aire que no funciona con brasa real.