

sonitrón

457 / Segundo trimestre 2026

sonitron.net

El sector retail se adentra en la **nueva era de la IA**

El **PAE de cocina** pasa de la compra por tendencia a la consolidación en 2026

La **Inteligencia Artificial** llega al PAE de Cuidado Personal para quedarse

La **nueva era del frigorífico** que piensa, conserva y se integra

Whirlpool

SENSING WHAT MATTERS

Nueva colección cocina integrada, impulsada por la tecnología **6th SENSE**




whirlpool.es



SOLO DAIKIN ES DAIKIN

SI BUSCAS LO MEJOR, **DAIKIN**

- > Eficiencia **energética** 
- > Control **vía App**
- > Sensor **térmico**
- > Funcionamiento **silencioso**
- > Tecnología **Flash Streamer**

Aire Acondicionado
Bomba de calor
Purificación del aire



457



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
 Passeig de Gràcia, 44, 2ª Planta, Puerta C
 08007 - Barcelona

sonitron.net
sonitron@sonitron.net



■ 4 EDITORIAL

¿Dónde está el futuro?

■ 5 ON / OFF

■ 6 CURIOSIDADES

■ ACTUALIDAD

8 Whirlpool "democratiza" la alta cocina con su nueva gama de encastre

10 Meliconi expone en Barcelona su visión sobre el futuro del hogar

11 Presentación de KitchenAid en Barcelona, con novedades de producto

12 El sector retail se adentra en la nueva era de la IA

18 Entrevistamos a: Ana Ortiz de Agrupa Global Talent

20 Breves

■ PRODUCTO

22 El PAE de cocina pasa de la compra por tendencia a la consolidación en 2026

30 La Inteligencia Artificial llega al PAE de Cuidado Personal para quedarse

38 La nueva era del frigorífico que piensa, conserva y se integra

■ FERIAS

44 EuroCucina 2026 marca el futuro de la cocina conectada

48 Los electrodomésticos que definieron las tendencias en Casa Decor 2026

49 Breves

■ 50 CALENDARIO



¿Dónde está el futuro?

Uno de los problemas que afecta al futuro y la continuidad de toda empresa es la del relevo generacional de sus responsables. En el caso de las pymes, como el de muchas tiendas de electrodomésticos de barrio, esta cuestión resulta aún más importante.

Según un estudio encargado por la Federación Andaluza de Electrodomésticos y Otros Equipamientos del Hogar (FAEL), el 51 % de las tiendas del sector están atendidas únicamente por su propietario, mientras que el 25 % tienen menos de dos empleados. Se trata de una estructura muy frágil, que plantea importantes vulnerabilidades a la hora del relevo generacional y de asegurar la continuidad del negocio. Además, según las estimaciones que maneja Sinersis, cerca de un 20 % de los comerciantes se jubilarán en los próximos 10 años.

Precisamente para conocer la verdadera magnitud del problema en todo el comercio, el Ministerio de Economía, Comercio y Empresa, a través de la Dirección General de Política Comercial, y con la colaboración de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) y la Confederación Española de Comercio (CEC), ha lanzado una encuesta dirigida a comerciantes minoristas. Se espera que los datos extraídos permitan analizar la situación del relevo generacional en el sector, identificar riesgos de cierre, detectar las principales dificultades y recoger propuestas de mejora.

Coincidimos con Sinersis en que defender el comercio de proximidad también pasa por anticiparse a sus problemas y el relevo generacional es más que un tema empresarial: "es una cuestión de futuro para nuestras ciudades, nuestros pueblos y nuestros barrios".

ON 

Un estudio de GfK para el Comité de Bienes Tecnológicos de Consumo de AECOC, revela que el mercado de bienes tecnológicos de consumo (BTC) creció un 2,4 % en 2025, en un clima de gran incertidumbre económica y geopolítica que se se tradujo en una desaceleración del mercado a partir de agosto.

Asimismo, el informe señala que el comportamiento del canal online fue determinante para el crecimiento del sector. En 2025, el e-commerce se incrementó un 6 %, frente al 0,6 % del canal físico, llegando a un 33 % de cuota sobre el total del mercado.

A pesar de ello, España continúa por debajo de la media europea en penetración online, lo que refleja que este canal todavía tiene margen de crecimiento en los próximos años.

Todas las categorías registraron crecimientos salvo la de Electrónica de Consumo (EC), que se vio afectada por el efecto comparativo del apagón de la TDT de febrero de 2024. Por su parte, el subsector de Grandes Aparatos Electrodomésticos (GAE) creció un 5,1 %. Telecomunicaciones mantuvo un peso cercano al 30 % del mercado total, aunque con un ritmo de crecimiento más moderado, y Pequeños Aparatos Electrodomésticos (PAE) siguió mostrando un crecimiento estable y sostenido. Finalmente, Aire Acondicionado presentó una evolución positiva y un arranque de 2026 especialmente dinámico.

La Copa COVAP, iniciativa educativa y deportiva promovida por la Cooperativa Ganadera del Valle de los Pedroches, y el Colegio Profesional de Fisioterapeutas de Andalucía (ICPFA) advierten que el uso prolongado de pantallas entre niños, niñas y adolescentes está provocando un aumento notable de dolencias musculares y cervicales. Así, citan un estudio publicado en la Revista Médica Herediana que revela que hasta el 86,9 % de los y las menores presenta síntomas compatibles con el llamado "síndrome del cuello de texto" o "joroba tecnológica", un trastorno causado por mantener la cabeza inclinada hacia delante durante largos periodos de tiempo a la hora de utilizar dispositivos electrónicos. Esta posición forzada puede tener consecuencias a largo plazo sobre la salud musculoesquelética infantil.

El mismo trabajo identifica el dolor cervical, las cefaleas y la irritabilidad como los síntomas más frecuentes, y advierte de que inclinar la cabeza unos 60 grados hacia el móvil puede suponer una carga de hasta 27 kilogramos sobre la columna cervical.

Además, según el vicepresidente del Colegio de Fisioterapeutas de Andalucía (ICPFA), Javier Ávila "el tiempo de exposición a las pantallas es directamente proporcional al sedentarismo y a la aparición de molestias físicas como dolor cervical, dorsal o de cabeza, además de fatiga visual" y advierte también de que a medio plazo pueden surgir molestias crónicas, rigidez e incluso hormigueo en brazos y manos si no se corrigen los hábitos posturales.

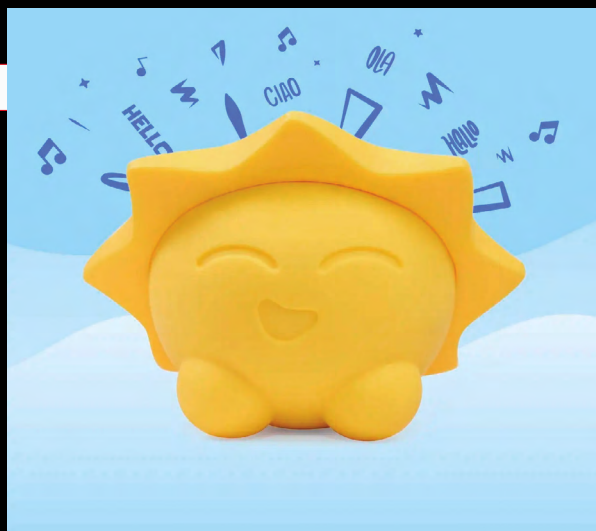
Off 


Sleepal AI Lamp lamp.sleepal.ai/

La lámpara con IA Sleepal es un sistema sin contacto que monitoriza el sueño y ayuda a mejorarlo de forma natural. Emplea radar de ondas milimétricas, sensores térmicos y acústicos para análisis precisos y personalizados, incluso en habitaciones compartidas. La app convierte los datos en consejos, hábitos y rutinas que apoyan el ritmo circadiano, incluyendo meditación y relajación para un mejor descanso y bienestar diario. La iluminación inteligente y el control del entorno amplían sus funciones, con integración en Apple HomeKit y Home Assistant. El sistema prioriza la privacidad, con procesamiento local y un interruptor físico para desactivar los sensores.

Sunny elaves.com

Sunny es un compañero con IA sin pantallas que apoya el desarrollo del lenguaje y la cognición desde la etapa prenatal hasta los cinco años. Ofrece historias, canciones y rutinas de audio adaptadas a la edad para mejorar vocabulario, atención y memoria. Los niños interactúan mediante gestos y movimiento, activando experiencias de aprendizaje sin pantallas, mientras la app Elaves permite a los cuidadores configurar el contenido y seguir el progreso. Está diseñado con materiales seguros y pensado para el uso diario, combinando contenido educativo basado en investigación con una experiencia adaptada a cada etapa del desarrollo.


Gafas inteligentes www.samsung.com


Samsung y Google han presentado unas nuevas gafas inteligentes pensadas para el uso diario y la integración con un teléfono móvil. Funcionan mediante control por voz con IA y permiten acceder a un asistente, recibir notificaciones, traducir en tiempo real, obtener indicaciones de navegación y realizar tareas básicas sin necesidad de usar las manos. También pueden mostrar información útil del entorno, como menús o señales, y están integradas con el ecosistema móvil para facilitar acciones como hacer fotos o gestionar eventos. El dispositivo combina funciones de IA con un diseño enfocado en la comodidad y el estilo, con dos enfoques estéticos diferentes según la marca colaboradora (Gentle Monster y Warby Parker).

Reon Pocket Pro Plus www.sony.es

Sony ha presentado el Reon Pocket Pro Plus, un dispositivo térmico portátil diseñado para proporcionar refrigeración personal de forma cómoda y discreta. Funciona mediante un sistema de enfriamiento inteligente que se ajusta automáticamente al entorno y al movimiento del usuario para mantener una sensación térmica estable. Incluye un diseño de sujeción al cuello que garantiza un ajuste seguro y cómodo durante el uso diario. También cuenta con salidas de aire ajustables que mejoran la disipación del calor y permiten un funcionamiento más eficiente y discreto bajo la ropa. El producto está disponible en Sony Store Online y en Amazon, con un precio de venta recomendado de 229 € / 199 £.



Gardyn Studio 2 mygardyn.com

El Gardyn Studio 2 es un sistema compacto de cultivo hidropónico para interiores que emplea tecnología Hybrionics, IA e iluminación LED para cultivar alimentos frescos en casa durante todo el año. Diseñado para espacios pequeños, permite cultivar hasta 16 plantas con riego, luz y monitorización automatizados mediante el asistente de IA Kelby, sin necesidad de experiencia en jardinería. Además, incorpora mejoras como columnas sin mantenimiento, cámara HD gran angular y modos de luz que imitan los ciclos naturales. También destaca por su enfoque sostenible, ya que consume un 95 % menos de agua que la agricultura tradicional y evita pesticidas y plásticos.

HeyMirror eoneoms.com/

HeyMirror es un espejo con inteligencia artificial que almacena el armario del usuario y ofrece recomendaciones personalizadas de outfits mediante voz o pantalla táctil. A diferencia de otros espejos inteligentes, integra datos en tiempo real como el clima, el calendario, la ocasión y las preferencias de estilo para crear propuestas más realistas e intuitivas. Además, su sistema de reconocimiento de voz identifica automáticamente a distintos usuarios sin necesidad de iniciar sesión y aprende sus gustos con el tiempo para mejorar las recomendaciones. También incorpora funciones de cuidado inteligente, como luz esterilizadora, ventilación automática y control de humedad para mantener la ropa y el entorno en mejores condiciones.



La marca celebró un showcooking en Barcelona con un chef Estrella Michelin para mostrar las posibilidades de sus nuevos electrodomésticos

Whirlpool "democratiza" la alta cocina con su nueva gama de encastre

El pasado 28 de abril, Whirlpool demostró en Barcelona cómo sus nuevos electrodomésticos integrables acercan la alta cocina a la gente. Para ello, celebró un showcooking con los cocineros **Xabier Goikoetxea**, jefe de cocina del restaurante Martín Berasategui (tres estrellas Michelin) y **Andrea Fiori**, del equipo del Chef Paolo Casagrande del restaurante Osteria Condal, que prepararon unas delicias culinarias utilizando los nuevos electrodomésticos.

Durante el evento, **Manuel Royo**, director de Marketing de Beko Europe destacó cómo la nueva gama de electrodomésticos de Whirlpool sigue las tendencias actuales de la cocina como corazón del hogar, con un diseño que busca pasar desapercibido a través de modelos ocultos panelables y que, mediante tecnologías avanzadas como las que aporta el **concepto 6º Sentido** de la marca, contribuyen a hacer la vida más fácil a los usuarios, reduciendo sus niveles de estrés.

Algunos detalles de la nueva gama

Así, la nueva gama de cocción integrada de Whirlpool está compuesta por **productos inteligentes conectados tecnológicamente y con IA**, que aprenden del día a día de los usuarios y son capaces de proponer recetas personalizadas.

Ejemplo de ello son los **nuevos hornos** con tecnología de vapor a inyección de tres niveles, precisión de temperatura de alto nivel, sonda de temperatura de cuatro sensores, capacidad para cocinar cuatro platos a la vez sin mezclar olores ni sabores (función Cook4) modos AirFry y Pizza 310°C y sistemas de limpieza hidrolítica y



De izquierda a derecha, Andrea Fiori, Manuel Royo y Xabier Goikoetxea.

pirolítica con menor temperatura pero mismos resultados. Esto último se traduce en mayor seguridad y menor consumo de electricidad. Estos hornos incluyen recetas preprogramadas para facilitar la vida a los usuarios. Lo mismo sucede con los nuevos microondas de encastre de la serie, que también permiten cocinar platos.

Igualmente, en cuanto a las **nuevas placas de cocción** de Whirlpool, destacan su resistencia al rayado, con protección Ixelium de diversas capas para conservar su superficie intacta durante más tiempo. También, aportan total libertad al adaptarse al tamaño y disposición de los recipientes. Además, su función ChefControl permite gestionar diferentes niveles de temperatura de forma progresiva sobre la misma superficie, automatizando el proceso de cocción y evitando ajustes manuales continuos.



En la misma línea, la tecnología Heat Control mantiene temperaturas estables para una cocción más precisa sin supervisión constante. Más productos incluyen el **microondas**, que ofrece una solución completa de cocción, con tecnologías como Crisp,

que combina microondas, grill y plato específico. También incluye recetas automáticas preconfiguradas.

Por su parte, el **lavavajillas MaxiSpace** optimiza el espacio y la limpieza con una bandeja adicional y nuevos conductos para proyectar el agua. Del mismo modo, sus funciones inteligentes ajustan automáticamente el consumo de agua y energía en función de la carga.

El resultado es un hogar donde todos **los electrodomésticos trabajan de forma coordinada**, aprendiendo de los hábitos de uso del usuario y adaptándose a su rutina diaria.

Promoción de lanzamiento

Whirlpool acompaña el lanzamiento de la nueva gama de electrodomésticos de encastre con una **campaña de comunicación multimedia** para acercar su propuesta de cocina integral a los hogares. Además, el lanzamiento incluye una promoción con **reembolsos de hasta 500 euros**, en función de los electrodomésticos adquiridos, equivalente a un descuento del 15 %.

www.whirlpool.es

Jata
DESDE 1943

**Como en casa,
en ningún sitio.**

Planchas de asar y barbacoas eléctricas
de fabricación nacional.

FABRICADAS EN
ESPAÑA



Creemos
en el hogar.

www.jata.es    



Meliconi presentó en Barcelona su visión sobre el hogar contemporáneo y dio a conocer sus soluciones para mejorar la funcionalidad y organización del hogar, en el marco de su consolidación y expansión en el mercado español

Meliconi expone en Barcelona su visión sobre el futuro del hogar



La empresa italiana de accesorios **Meliconi** celebró en marzo, en su sede en Barcelona, ubicada en la Torre Mapfre, un desayuno de prensa en el que compartió su **visión sobre el papel del hogar en la vida contemporánea** y cómo las soluciones funcionales pueden contribuir a mejorar la experiencia cotidiana.

El encuentro contó con la participación de **Luca Cucciniello**, director de marketing de Meliconi; **Stefano Garbi**, director de exportación de la compañía; la dirección comercial de Meliconi España; y **Dimitra Doumpiotti**, psicóloga experta en sistemas humanos.

Soluciones que mejoran la vida diaria en el hogar

Durante el encuentro, Doumpiotti presentó **varias tendencias actuales que determinan el comportamiento del consumidor**, como la influencia del entorno doméstico y el hecho de que el usuario está cada vez más informado y es más exigente.

En línea con estas tendencias, Meliconi reveló su enfoque basado en el desarrollo de **soluciones que simplifican las tareas del hogar y mejoran la organización del espacio**.

Entre ellas, sobresalen sus sistemas para lavandería, como los **kits de superposición**, que permiten optimizar el espacio en viviendas cada vez más compactas. También destacan soluciones como la **base Move**, pensada para facilitar el desplazamiento de electrodomésticos sin necesidad de realizar esfuerzo físico.

Consolidación en España

Asimismo, Garbi subrayó que "aunque siempre hemos contado con distribuidores y nuestra marca ya es reconocida, nuestra **presencia directa en España marca un nuevo punto de partida**".

"Nos sentimos **respaldados por el éxito que hemos tenido en otros países**, lo que nos da la confianza necesaria para replicar esa experiencia aquí", añadió el director de exportación.

El objetivo de la empresa es aplicar toda la experiencia adquirida en sus más de 50 años de historia, por lo que ha formado un **equipo comercial en España** para ofrecer servicio y apoyo a las tiendas físicas.

Igualmente, ha **abierto un almacén** que permite realizar entregas en plazos de 24 a 48 horas, y ha cerrado **acuerdos clave** con las tiendas Miele, LeClerc, Carrefour y El Corte Inglés, entre otras.

www.meliconi.com

KitchenAid presentó sus principales novedades de producto para 2026 en un evento gastronómico en Barcelona, con la participación de su embajadora Alma Obregón, experta en repostería. Acudieron también representantes de la firma, así como de River International, su distribuidor oficial en España

Presentación de **KitchenAid** en Barcelona, con novedades de producto



La mayor novedad de KitchenAid para esta temporada es su nueva gama de **robots de cocina Artisan Plus**, que la propia marca considera una de sus principales apuestas para este año.

KitchenAid, marca distribuida en España por River International, celebró el evento de presentación el pasado 25 de marzo en el espacio gastronómico La Patente de Barcelona. La cita contó con **Jordi Echevarria**, director comercial de River Int., y **Vincent Visdeloup**, director de marketing internacional de la marca. El evento arrancó con un *showcooking* a cargo de Alma Obregón, *influencer* experta en repostería y embajadora de la firma en España. La pastelera elaboró distintas recetas con los nuevos robots y otros accesorios, que amplían las posibilidades de la gama.

Artisan Plus, su mayor novedad

Los nuevos robots de cocina incluyen mejoras pensadas para facilitar el proceso creativo en la cocina, como una **luz LED en el bol** que mejora la visibilidad durante el mezclado, un **control de velocidad más preciso** y un batidor de borde doble, que permite integrar los ingredientes de manera más homogénea.

La empresa también estrenó **nuevos accesorios para hacer pasta** y otro tipo de masas, diseñados para llevar su elaboración al entorno doméstico de forma sencilla y versátil.

Asimismo, se anunciaron otros lanzamientos como la **batidora de vaso Pure Power**, que ofrece un alto rendimiento, permite trabajar tanto con ingredientes fríos como calientes y aporta un mayor control sobre la textura de las preparaciones gracias a su sistema de velocidad ajustable y su tapa ventilada.

En el evento, KitchenAid recordó su relación histórica con el diseño y el color, un elemento distintivo de la marca desde la introducción de los primeros colores en sus batidoras en 1955. En este sentido, aprovechó para mostrar el Color del Año 2026, Spearmint, un tono fresco ideado para reflejar su apuesta por aunar funcionalidad, estética e inspiración en la cocina.

www.kitchenaid.es



La IA impulsa una transformación profunda del sector retail al mejorar la eficiencia operativa, optimizar la cadena de suministro, personalizar la experiencia de compra y abrir nuevos modelos de consumo, aunque su adopción aún enfrenta diversos retos

El sector retail se adentra en la **nueva era de la IA**



En el actual contexto de digitalización progresiva del sector **retail**, la **inteligencia artificial (IA)** se está posicionando como un elemento clave en lo que respecta a la **mejora de la eficiencia operativa de las empresas**, tal como señalan desde la consultoría boutique de RRHH Agrupa Global Talent

Esta tecnología se aplica en especial en la **gestión de inventarios y la predicción de la demanda**, que concentran el 45 % de sus principales aplicaciones.

Igualmente, las empresas que incorporan la IA logran **reducir sus costes operativos entre un 15 y un 20 %**, así como mejorar en

un 30% la precisión de sus inventarios e incrementar sus ventas entre un 10 y un 15 % gracias a la personalización de las ofertas.

De la misma manera, la IA está **transformando los canales de distribución**, optimizando rutas de entrega, automatizando la cadena de suministro y posibilitando análisis predictivos en tiempo real.

A partir de 2026, un 43 % de las compañías del sector adoptará tecnologías como el *demand sensing*, que consiste en la **planificación de la cadena de suministro a través de IA**. Esta innovación permite **reducir las roturas de stock hasta en un 65 % y los costes de inventario en un 25 %**, al tiempo que mejora la experiencia omnicanal del cliente.

Transformación de la tienda física gracias a la IA

En el Retail Forum 2026, celebrado el pasado 18 de marzo en IFE-MA Madrid, se puso el foco en cómo la combinación de IA, visión por computadora y datos bien gobernados está **transformando la tienda física en un espacio capaz de anticipar, optimizar y decidir**.

Alrededor del 40 % de los clientes que compran en tienda física llevan a cabo una **preparación previa online**, lo que evidencia que los canales digitales son cada vez más estratégicos.

De este modo, la IA, junto con la evolución de los hábitos de consumo, están **rediseñando por completo la forma en que los clientes compran**, tanto en las tiendas físicas como online.

La hiperpersonalización, clave en la toma de decisiones

De la misma forma, tal como indican desde Shopfully, la IA es fundamental para la hiperpersonalización.

En 2026, el foco ya no está solo en quién es el consumidor, sino en qué necesita en cada momento. El contexto (ubicación, intención de compra, canal, *timing*, etc.) se posiciona como un **factor diferencial en la toma de decisiones**. Ante esta realidad, la IA permite **interpretar grandes volúmenes de señales para activar contenidos y recomendaciones relevantes** incluso antes de que el consumidor inicie una búsqueda activa.

Este enfoque facilita el descubrimiento del producto, disminuye fricciones y **acompaña al comprador a lo largo de todo su proceso de decisión**. Según los datos del estudio "The State of Shopping 2025" de Shopfully, el 71 % de los consumidores cree que las **aplicaciones que muestran promociones y ofertas en tiempo real serán la tecnología más útil en el futuro**.



IA para ganar la confianza del cliente en el social commerce

En el caso del *social commerce*, el que tiene lugar en plataformas como Facebook, TikTok o Instagram, el informe de Soti "Evaluación de tecnología en retail: Oportunidades para mejorar las experiencias del consumidor" revela que la **confianza de los consumidores en estos canales sigue siendo frágil**.

FREIDORAS DE AIRE

Doble resistencia

Potencia **2200W**

Control táctil **digital**

Ultra Temp Control -50°C - 220°C

Resistencias **superiores**

Capacidad **11,5L (6L+5,5L)**

ufesa

Una forma *más saludable* de disfrutar tus recetas.



Macaw



Flamingo Duo



Pese a que la inmediatez y el acceso a ofertas exclusivas son los principales atractivos del mismo, la **experiencia de compra a menudo no cumple con las altas expectativas** de los consumidores.

Según el estudio, tecnologías como la logística impulsada por IA, el seguimiento del inventario en tiempo real y el análisis predictivo posibilitan agilizar las entregas, ofrecer una mayor transparencia, eliminar obstáculos en el proceso de compra y, en última instancia, **recuperar la fidelidad del cliente**.

En palabras de **Stefan Mennecke**, vicepresidente de Ventas para Oriente Medio, África y Europa Central, del Sur y del Este en Soti: "Para que el *social commerce* escale de forma eficaz, los *retailers* deben **digitalizar e interconectar su cadena de suministro, la gestión de inventario y los procesos de comunicación**".

"El seguimiento en tiempo real, las actualizaciones claras del estado de los pedidos y una logística fiable son vitales para **mitigar la incertidumbre y construir una confianza sólida y duradera**", concluye.



Auge de la IA conversacional en el comercio

Asimismo, el **comercio conversacional se perfila como uno de los grandes motores de esta evolución** del sector *retail*. Packlink prevé que en 2026 el 40 % de las interacciones de *ecommerce* se gestionen a través de IA conversacional.

Las compras evolucionan hacia el **modelo "Chat-to-Checkout"**, en el que los consumidores pueden completar todo el proceso directamente dentro de aplicaciones de mensajería como WhatsApp.

Este tipo de interacción no solo agiliza las transacciones, sino que además permite una **experiencia más personalizada y cercana**, generando mayores tasas de conversión y fidelización.

La IA ya compra por los usuarios

Por otra parte, la irrupción de la IA en el comercio digital está dando lugar al llamado *Agentic Commerce*, un nuevo paradigma donde agentes autónomos de IA pueden buscar productos, comparar precios e incluso **comprar en nombre de los usuarios**.

Según el proveedor de servicios de pago PaynoPain, a medida que los asistentes de IA evolucionan y adquieren una mayor capacidad para tomar decisiones de compra, el sector de los pagos se enfrenta al **nuevo reto de garantizar seguridad, autenticación robusta y control por parte del usuario**.

El **ecosistema de pagos agénticos se encuentra hoy en fase inicial**. Empresas como Google, Apple, Visa o Mastercard ya están desarrollando protocolos para habilitar compras automatizadas

mediante agentes de IA, como los proyectos AP2 de Google o Visa Intelligent Commerce.

Ante este contexto, el principal desafío es construir **infraestructuras capaces de verificar la identidad del usuario, gestionar límites de gasto, registrar el consentimiento y evitar fraudes**, al tiempo que cumplen con regulaciones como la autenticación reforzada exigida en Europa.

PaynoPain señala que la falta de un estándar global unificado abre oportunidades para que *fintechs* desarrollen **soluciones flexibles que se integren con los diferentes modelos** que puedan consolidarse en los próximos años.

Ejecutar mejor: la verdadera ventaja competitiva

En este nuevo escenario, marcado por **clientes cada vez más exigentes y operaciones más complejas**, las empresas del sector *retail* se enfrentan al desafío de integrar de forma efectiva la innovación tecnológica, y en especial la IA, alineándola con sus procesos, datos y equipos.

En este sentido, en la última edición del Retail Forum se puso el foco en que el verdadero diferencial ya no está únicamente en innovar, sino en **cómo la IA se implementa, se escala y se integra en la cultura de la organización**. De este modo, los expertos presentes en la feria coincidieron en que **el éxito de la IA depende en gran medida del trabajo previo**. Así, la definición de procesos, la estructuración de los datos y la claridad en los objetivos son factores fundamentales para que cualquier iniciativa genere un valor tangible.

También subrayaron que encontrar el **retorno de la inversión (ROI)** en entornos de IA predictiva y generativa continúa siendo uno de los principales desafíos, lo que obliga a las compañías a priorizar casos de uso concretos y medibles. Ante este nuevo escenario, **la ventaja competitiva ya no está en adoptar antes que otros, sino en ejecutar mejor**.

La importancia del dato

Por otro lado, los ponentes del Retail Forum 2026 apuntaron que, para el éxito de la IA, **el dato es un elemento esencial**. Más allá del volumen, **la clave se encuentra en su calidad, su gobernanza y su capacidad para ser entendido y utilizado de forma transversal** dentro de la organización. Sin esta base, cualquier intento de automatización o predicción queda muy limitado.

Necesidad de formar al personal

Sin embargo, el reto no es solo técnico, sino también cultural. Para la adopción de nuevas herramientas, es **necesario que los equipos las comprendan, las integren en su día a día y, además, perciban su valor**.

Por este motivo, tal como afirmó durante el evento Lía Benegas, Solution Advisor de AuraQuantic, es imprescindible la **formación por equipos y departamentos**, ya que cada área usa procesos distintos y diferentes tipos de datos. “Los **CEOs tienen que ser los primeros en formarse**, ya que son quienes deciden introducir la inteligencia artificial en las empresas y necesitan conocer qué soluciones son las más adecuadas para su organización”, declaró Benegas.





Adicionalmente, comentó que “puede existir una solución de IA muy potente, pero **si no encaja con las necesidades de la empresa, es demasiado avanzada o no responde a lo que se busca, no va a dar los resultados esperados**”.

“Por ello, la formación es fundamental para **saber seleccionar la tecnología adecuada**”, concluyó la Solution Advisor de Aura-Quantic.

Cumplimiento del AI Act

En este proceso de adopción de la IA, las empresas del sector *retail* en Europa deben ajustarse al nuevo **marco regulatorio establecido por el AI Act** de la Unión Europea (UE). En vigor desde el 1 de agosto de 2024, es la primera ley en el mundo que regula la IA.

Esta ley tiene como objetivo garantizar un **desarrollo y uso responsable de la IA**. Específicamente, aborda riesgos asociados

a la IA como los sesgos algorítmicos, la discriminación y las lagunas en materia de responsabilidad, al tiempo que promueve la innovación y fomenta la adopción de esta tecnología.

En paralelo, determinadas aplicaciones de analítica avanzada en entornos físicos o sistemas basados en biometría pueden quedar sujetas a **requisitos más estrictos de supervisión y control**.

Este nuevo marco de gobernanza obliga a las compañías a **reforzar la trazabilidad de sus sistemas y la responsabilidad en su uso**.

Reto: la escasez de talento cualificado

No obstante, según Agrupa Global Talent, el crecimiento y sofisticación del sector *retail* plantea un reto estructural: **la escasez de talento cualificado**.

En concreto, ocho de cada diez empresas del retail admiten tener **dificultades para cubrir perfiles clave**, en especial en ámbitos tecnológicos, digitales y logísticos.

En 2025 quedaron sin cubrir aproximadamente 16.000 vacantes, lo que evidencia una **brecha creciente entre las necesidades del mercado y la disponibilidad de profesionales preparados**. Por este motivo, la consultoría apunta que es esencial avanzar hacia un **modelo más alineado entre formación y empleo**, impulsando iniciativas que promuevan el desarrollo de talento, como la adaptación de la formación profesional, una mayor conexión entre el





sistema educativo y las demandas reales del sector, y el refuerzo de programas de *upskilling* y *reskilling*.

En primer lugar, el *upskilling* consiste en **enseñar nuevas competencias a un trabajador** con el fin de optimizar su desempeño en su actual puesto. En segundo lugar, el *reskilling* se basa en **formar a un empleado para asumir un nuevo rol** dentro de la misma empresa.

Otras barreras a la aplicación de la IA en el retail

El "Ecommerce Delivery Benchmark Report 2026" de Packlink señala la adopción de IA y tecnologías emergentes para mantener la competitividad como el **principal desafío para el comercio electrónico este año**.

Para los grandes *retailers*, con ingresos superiores a 625 millones de dólares, las principales barreras están relacionadas con la confianza y el talento. En esta línea, el 53 % apunta que el **principal obstáculo es la retención de los clientes**, seguido de la falta de personal especializado y las preocupaciones sobre la seguridad de los datos.

En cambio, para las empresas más pequeñas, con ingresos inferiores a 125 millones de dólares, el **principal desafío es económico**. Concretamente, el 53 % identifica el alto coste de desarrollo e integración como la mayor barrera, además de enfrentarse a la falta de recursos técnicos internos necesarios para competir en igualdad de condiciones tecnológicas.

Claves del futuro del sector retail

Ante un futuro marcado por la automatización y la eficiencia, el **factor humano se convertirá en un valor diferencial del retail**. Las **personas continuarán siendo fundamentales** tanto en la relación con el cliente como en la supervisión y validación de las decisiones impulsadas por IA. En el punto de venta, el **equipo seguirá siendo decisivo para generar confianza, asesorar y construir una experiencia diferencial**. En el Retail Forum 2026 se destacó que la clave no radica en elegir entre humanos o IA, sino en encontrar el equilibrio adecuado entre ambos para proporcionar una **experiencia más eficiente, pero al mismo tiempo más cercana y relevante**.

Otra de las principales conclusiones del evento es el hecho de que el **retail del futuro deberá unir innovación tecnológica con experiencia humana**, proporcionando un valor real y diferencial al cliente. Para ello, la IA, los datos y la hiperpersonalización serán esenciales. Esta combinación de innovación tecnológica, visión estratégica y experiencia humana permitirá a las compañías **seguir mejorando la experiencia del cliente, optimizar operaciones y crear ventajas competitivas sostenibles**.

www.agrupaglobal.com / www.retailforum.es

www.shopfully.com / www.paynopain.com

www.soti.net / www.packlink.es



Ana Ortiz



Socia de Agrupa Global Talent
www.agrupaglobal.com

La digitalización está redefiniendo por completo el *retail*. Ana Ortiz, socia y directora de la oficina de Madrid de Agrupa Global Talent, nos habla sobre los principales desafíos y oportunidades que enfrenta el sector en este proceso de cambio

◦ ¿Cuáles son los cambios más disruptivos que se están produciendo en el *retail* en este proceso de digitalización?

La digitalización no está solo transformando el *retail*, sino que está cambiando la lógica del negocio. Los cambios más disruptivos no solo son tecnológicos sino también estructurales.

Por un lado, el paso del producto al dato. Hoy, la capacidad de anticipar la demanda o personalizar la oferta en tiempo real marca la diferencia. Por ejemplo, muchas compañías ya ajustan *stock* o promociones en función del comportamiento del cliente casi al instante, algo impensable hace unos años.

También estamos viendo una evolución clara de los canales hacia una experiencia integrada. El cliente ya no distingue entre físico y online, lo que obliga a las empresas a replantear operaciones, logística y experiencia de compra de forma conjunta.

Y, quizá uno de los cambios más importantes a medio plazo, es el del talento. El *retail* está dejando atrás perfiles puramente operativos para incorporar perfiles más híbridos, con capacidad analítica y visión de negocio, que sean capaces de interpretar datos y comportamientos y ponerlos en valor.

◦ Dentro de ese proceso, ¿qué áreas del negocio *retail* se están transformando más rápido?

Las áreas que se están transformando más rápido son las que están directamente conectadas con la toma de decisiones y la relación con el cliente. Todo lo relacionado con la gestión de inventarios y la cadena de suministro es donde más impacto está teniendo la digitalización, porque permite anticipar la demanda, optimizar el *stock* y reducir ineficiencias de forma muy evidente.

La experiencia de cliente también se ha transformado muchísimo, especialmente en la integración de canales. Las empresas están invirtiendo mucho en que el recorrido sea fluido, independientemente de si empieza en digital o en tienda física.

En áreas como *marketing* y *pricing*, cada vez más apoyadas en datos y en herramientas que permiten personalizar y ajustar en tiempo real, también hay una fuerte transformación en su forma de interactuar con los clientes. Una de las mejores ventajas de esta transformación es que obliga a las distintas áreas a trabajar de manera conjunta.

◦ ¿Qué oportunidades todavía no están aprovechando las empresas del sector?

Una de las oportunidades que todavía no se están aprovechando del todo es el uso real del dato, porque no siempre se está utilizando la información para tomar decisiones de forma ágil o transversal. El reto no es tanto tener datos, sino convertirlos en decisiones operativas que impacten en el negocio.

Otra oportunidad clara está en el talento. Se habla mucho de atraer perfiles digitales, pero menos de cómo desarrollar el talento interno para adaptarlo a este nuevo contexto. Ahí hay un recorrido importante, sobre todo en perfiles que ya conocen el negocio y podrían evolucionar con la formación adecuada.

También creo que la experiencia de cliente sigue teniendo margen. No tanto en la omnicanalidad, que ya está bastante trabajada, sino en la personalización real. Muchas propuestas siguen siendo generalistas, cuando la tecnología ya permite segmentar y adaptar mucho más.

◦ **¿Las empresas ya están preparadas para integrar la IA o todavía existe una brecha de madurez tecnológica?**

Lo que existe es una brecha de madurez en cómo se integra la inteligencia artificial en el negocio. Ya existen compañías que están incorporando herramientas de IA, sobre todo en áreas como previsión de demanda, *pricing* o gestión de inventarios. La tecnología está ahí y, en muchos casos, ya está funcionando.

Ahora lo difícil es ir un paso más allá, integrar la IA no solo para implantar soluciones, sino para cambiar la forma de tomar decisiones. Cómo se conecta la tecnología con el negocio y, sobre todo, con las personas. También influye el talento, porque no basta con tener herramientas, sino que hay que tener perfiles capaces de interpretarlas y utilizarlas con criterio.

◦ **¿Cómo se puede abordar la escasez de talento cualificado en el retail?**

En muchos casos, las empresas siguen buscando perfiles muy específicos, con experiencia casi idéntica al puesto, cuando el mercado ya no funciona así. Es importante ampliar el foco y prescindir de la rigidez, apostando por potencial, capacidad de adaptación o perfiles versátiles.

También hay un margen importante en el desarrollo interno. Hay profesionales que ya conocen el negocio y que, con el acompañamiento adecuado, pueden evolucionar hacia posiciones más estratégicas o digitales. Otro aspecto clave es cómo se plantea el proceso.

En un entorno tan competitivo, la rapidez, la claridad en la propuesta y la experiencia del candidato marcan la diferencia. A veces, más que un problema de falta de talento, lo que hay es un desajuste entre lo que se busca y lo que el mercado puede ofrecer.

◦ **¿La IA ya crea más oportunidades de empleo de las que destruye en el retail o aún es pronto para afirmarlo?**

Todavía es pronto para medirlo. Más que una sustitución directa, se está produciendo una transformación de algunos roles. Algunas funciones evolucionan, otras desaparecen y, sobre todo, se redefinen las competencias que se consideran clave.

El verdadero impacto de la IA no está tanto en cuántos puestos se crean o se destruyen, sino en la velocidad a la que obliga a las organizaciones y a los profesionales a adaptarse.

◦ **¿Qué habilidades y perfiles serán imprescindibles en el retail de los próximos años?**

El *retail* está evolucionando hacia perfiles híbridos. Lo que se está demandando es la capacidad de entender el negocio, interpretar datos y tomar decisiones en entornos cada vez más dinámicos. Habilidades como la capacidad analítica, la adaptación al cambio o la toma de decisiones van a ser cada vez más relevantes.

El liderazgo está cambiando. Se valoran perfiles capaces de gestionar equipos en entornos de incertidumbre, con visión y capacidad de ejecución, más que modelos de liderazgo tradicionales.

Y yo añadiría algo básico pero clave: la curiosidad y el aprendizaje continuo. En un sector que evoluciona tan rápido, la capacidad de seguir aprendiendo probablemente será tan importante como la experiencia previa.

◦ **¿Cómo habrá cambiado el retail en España en 2030?**

En 2030 el *retail* será mucho menos visible como "sector" y estará mucho más integrado en la vida del consumidor. La frontera entre lo físico y lo digital prácticamente habrá desaparecido, y el cliente se moverá con total naturalidad entre ambos, sin percibir diferencias.

También creo que será mucho más predictivo. Las decisiones no se tomarán tanto con base en lo que ha pasado, sino en lo que se espera que ocurra: desde la gestión del *stock* hasta la personalización de la oferta. La evolución del talento tenderá a equipos más especializados y perfiles capaces de moverse entre negocio, datos y tecnología.

El pago con Bizum llega al comercio físico en España

Desde el 18 de mayo de 2026, las tiendas físicas y empresas de España pueden ofrecer a sus clientes la posibilidad de pago con Bizum, impulsando así la digitalización en transacciones en el país. Con más de 30 millones de usuarios, Bizum presenta su aplicación Bizum Pay, que posibilita pagar en comercios físicos y online sin necesidad de tarjetas bancarias. Su despliegue comienza con entidades como CaixaBank y BBVA y se expandirá de forma progresiva durante 2026. Expertos financieros aseguran que esta digitalización de pagos, además de aportar comodidad, mejora de forma directa la contabilidad y el control financiero al facilitar el registro automático de las operaciones.



MediaMarkt estrena campaña con Andrés Iniesta a las puertas del Mundial

La nueva campaña 'La Teoría 116' de MediaMarkt conecta el fútbol y los datos mediante una coincidencia, de la mano de Andrés Iniesta. España ganó su primer y único Mundial gracias al gol del futbolista en el minuto 116 de la final. Para conmemorar ese hecho y animar este nuevo Mundial, MediaMarkt presenta el sorteo de tres televisores Hisense de 116 pulgadas, para disfrutar del gran evento como nunca.

Right to Repair pide reformar la Ley de Economía Circular de la UE

La coalición Right to Repair subraya algunas irregularidades en la Ley de Economía Circular de la UE, como la falta de prioridad a la reparación y la reutilización. La entidad recuerda la necesidad de mantener los productos en uso el mayor tiempo posible como clave para la circularidad.

Esprinet crece un 24% en España en el primer trimestre de 2026

Los ingresos de Esprinet ascendieron a 441,6 millones de euros en el primer trimestre de 2026 en España, con una mejora interanual del 24 %. El país sigue siendo su segundo mercado, solo por detrás de Italia. Por líneas de negocio, las ventas de pantallas (PC, tablets y smartphones) aumentaron un 13 %, debido a la elevada demanda de ordenadores con Windows 11. Su división V-Valley, que desarrolla soluciones avanzadas para la digitalización, también creció un 11 %.



Avanza la OPA de EP Group sobre Fnac Darty

La autoridad francesa de regulación de mercados, AMF, aprobó el 7 de mayo la oferta pública de adquisición (OPA) de EP Group por las acciones de Fnac Darty, anunciada en enero de este año. El 12 de mayo se inició el calendario oficial, que se cerrará cuando se reciba la documentación relativa a la autorización de la Comisión Europea. En caso de obtener dicha autorización, se prevé que la operación se cierre en el segundo semestre de 2026. Actualmente, EP Group es el principal accionista de Fnac Darty, con cerca del 29 % de su capital.



Tim Cook deja el cargo de CEO de Apple tras 15 años: John Ternus será su sustituto

Apple comunicó en abril que Tim Cook abandonará su puesto como CEO a partir del 1 de septiembre de 2026, quince años después de tomar el relevo de Steve Jobs, fundador de la compañía. Le sustituirá John Ternus, actual vicepresidente sénior de Ingeniería de Hardware en Apple. Durante el verano, ambos directivos colaborarán para asegurar una transición fluida. A partir de septiembre, Cook pasará a ser presidente ejecutivo del comité de administración de la compañía.



Nueva tienda de UNEBSA Expert en Martorell (Barcelona)

UNEBSA Expert, sociedad regional que opera en Aragón, Cataluña e Islas Baleares, se expande con la apertura de un nuevo establecimiento Expert en la provincia de Barcelona. La tienda está situada en Rambla de les Bòbiles 7, en el municipio de Martorell, una localidad de unos 30.000 habitantes y con destacado tejido industrial. El local, con una superficie total de 600 m², proporciona una experiencia de compra moderna, con un enfoque en el asesoramiento personalizado y la cercanía al cliente.



Daikin estrena simulador de CAEs para calcular el ahorro al instalar aerotermia

El nuevo simulador online de certificados de ahorro energético (CAEs) de Daikin permite estimar la eficiencia económica que supone instalar sistemas de aerotermia, con ahorros de hasta el 60 % de la inversión. Esta herramienta llega tras el Real Decreto-ley 7/2026 del 20 de marzo, que establece coeficientes temporales más altos para hogares vulnerables, haciendo la opción aún más rentable. El simulador de Daikin simplifica el proceso, ofreciendo información sobre requisitos, documentación y contacto con expertos.

Fagor Electrodoméstico refuerza su equipo comercial con Sergio López

Sergio López Senra se ha incorporado a Fagor Electrodoméstico como nuevo National Sales Manager Buying Groups. El directivo ya trabajó en Fagor entre 2005 y 2014 y cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector de los electrodomésticos, en el área comercial de compañías como Whirlpool Corporation y Beko Europe.



Recuperación de metales críticos de los RAEE

El Centro Nacional de Investigaciones Metalúrgicas (CE-NIM) del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) ha realizado una primera colada experimental de metales extraídos de residuos electrónicos (RAEE) mediante la tecnología de fusión aplicada en un horno vertical de lanza sumergida, que separa los metales por densidad al fundirlos a más de 1.200 °C. Este método mejora la eficiencia energética y permite recuperar metales críticos como cobre, oro, plata y platino.

El mercado del PAE de cocina en 2026 se encuentra en una fase de madurez y estabilidad tras cambios profundos en los hábitos de consumo de los últimos años. Lo que en su momento comenzó con modas virales se ha transformado hoy en una elección de compra racional y meditada

El PAE de cocina pasa de la compra por tendencia a la consolidación en 2026

Las señales en el mercado de PAE de cocina están claras: el consumidor actual ya no quiere llenar su encimera de *gadgets*. Ahora, busca adquirir herramientas duraderas y útiles que optimicen su tiempo, fomenten una alimentación saludable y se integren de forma natural en sus rutinas diarias. Si hace unos años la categoría creció como **respuesta inmediata a nuevas necesidades** o con productos virales en redes sociales, se impone ahora una reflexión en el hogar sobre qué productos comprar en cada categoría.

De acuerdo con los datos sectoriales de *Statista Market Insights*, el mercado de los pequeños electrodomésticos de cocina en España mantiene una trayectoria ascendente y sostenida, con previsiones de **superar los 850 millones de euros de facturación**. Este panorama confirma que el sector ha dejado atrás las volatilidades postpandemia para asentarse en un crecimiento orgánico basado en la utilidad real y la exigencia técnica.



Nuevos hábitos en el hogar

El crecimiento exponencial que vivió el PAE de cocina durante los meses de confinamiento por el Covid-19 sembró las bases del mercado actual, seis años después. Lejos de ser un fenómeno pasajero, el interés por la cocina casera ha arraigado con fuerza. Desde **Sogo** señalan que ahora se cocina más en casa y se valora tener pequeños electrodomésticos que faciliten el día a día. Esta perspectiva la comparten en **Ufesa**, donde apuntan que el consumidor ha incorporado plenamente la cocina a su rutina y prioriza los aparatos que le permiten "ahorrar tiempo y simplificar procesos".

Por su parte, desde **Taurus** explican este legado: "La gente aprendió a hacer postres, se atrevió con nuevas recetas y, lo más importante, ha mantenido esa costumbre". Como consecuencia, productos vinculados a la repostería o a momentos especiales en el hogar siguen teniendo un papel protagonista en las ventas. Esta evolución también ha transformado la relación del usuario con las marcas. Según **Jata**, la pandemia impulsó la compra digital y modificó el perfil del comprador. Hoy existe un consumidor más informado y más exigente, que prioriza productos útiles, eficientes y de calidad.

Sector dinámico en 2026

Más allá de las especificaciones técnicas, el mercado se ve constantemente estimulado por factores externos que moldean la percepción del consumidor. La presencia masiva de **recetas y demostraciones en redes sociales**, como TikTok e Instagram, así

como el auge de los creadores de contenido gastronómico, han modificado la cultura culinaria popular. La cocina se percibe cada vez más como una **actividad lúdica, creativa y social**.

Programas televisivos de gran audiencia como MasterChef y colaboraciones estratégicas con influencers del sector actúan como grandes dinamizadores del mercado. Estos canales no solo muestran el funcionamiento de los aparatos, sino que educan al espectador sobre técnicas como el cocinado *sous vide*, el sellado perfecto en *grill* o la optimización de menús semanales. Al ver cómo un profesional o un creador de contenido de confianza utiliza un robot de cocina para simplificar recetas, el consumidor traslada esa necesidad a su propio hogar, buscando replicar la experiencia con los **mismos estándares de calidad y eficiencia**.

La cocina como espacio de disfrute

Al analizar qué familias de producto presentan una mejor acogida, las marcas coinciden en que la funcionalidad diaria y el bienestar guían las decisiones de compra. Para las necesidades básicas del día a día, marcas como Sogo identifican **las cafeteras y las batidoras** como sus categorías con mejor respuesta. Ambas se tratan de productos que resuelven la preparación de recetas sencillas y se convierten así en indispensables en muchos hogares. En una línea similar, Taurus fortalece su línea de **batidoras, tanto de mano como de vaso, y sandwicheras**. Atribuye su éxito a una gama que equilibra calidad, estilo y una segmentación de precios apta para todos los perfiles de usuario.

La tendencia hacia el bienestar y la versatilidad abre la puerta a otros segmentos especializados. River International observa una clara preferencia por soluciones que aúnan salud y ahorro de tiempo. Dentro de su *portfolio*, destacan la excelente acogida de los **robots de cocina** y *stand mixers* de KitchenAid. Son concebidos para un usuario que busca versatilidad y creatividad, reivindicando la cocina como un espacio de disfrute.

Por otro lado, la cocina rápida, cómoda y baja en grasas tiene sus propios estandartes. Desde Jata explican que las **planchas de asar eléctricas y los grills de cocina** mantienen su lugar protagonista. Las planchas de asar presentan una demanda muy sólida gracias a factores culturales y técnicos: "Son productos con una fuerte implantación en el mercado español y muy asociados al uso cotidiano, que ofrecen una gran superficie de cocción y facilidad de limpieza". Sus grills eléctricos también crecen con fuerza gracias a la demanda de soluciones compactas y multifunción capaces de ofrecer comidas saludables en pocos minutos.



¿Qué queda del boom de las freidoras de aire?

Uno de los grandes interrogantes del sector era determinar si el fenómeno de las freidoras de aire se mantendría o terminaría por desinflarse. La realidad muestra que la categoría de producto no ha desaparecido, sino que ha madurado. Según datos económicos de *Fortune Business Insight*, el mercado global de este electrodoméstico alcanzó los **7.100 millones de dólares al cierre de 2025**, manteniendo una proyección de crecimiento sostenido y dejando claro que dejó de ser una moda efímera para convertirse en un elemento más de la cocina contemporánea.

Las marcas del sector ratifican esta **transición hacia la madurez**. Desde Sogo afirman que el mercado sigue activo, aunque más estabilizado. "Ya no es una novedad, pero sí un producto consolidado en muchos hogares, donde ahora se buscan mejoras en capacidad y diseño". En Ufesa coinciden en que la categoría se está consolidando y mantiene el interés gracias a la búsqueda de una cocina más práctica; por ello, siguen expandiendo su gama con **nuevos lanzamientos y modelos** como Flamingo Duo y Macaw.

Desde el punto de vista del diseño industrial y el uso del espacio, Taurus señala que la tendencia actual ha evolucionado hacia **formatos verticales dobles** que optimizan el espacio. Finalmente, River International, que cuenta con Ninja como su marca de referencia en este segmento, resume este cambio de paradigma: "La categoría de freidoras de aire ha evolucionado desde la compra 'por tendencia' a una compra más racional". El consumidor actual ya conoce el producto y ahora exige rendimiento constante, capacidad y resultados saludables contrastados.

www.statista.com

www.fortunebusinessinsights.com

SOGO

www.sogo.es

En un mercado de PAE para cocina cada vez más competitivo, SOGO ha sabido destacar con productos que combinan funcionalidad, diseño y accesibilidad. Los representantes de la marca sitúan a las **cafeteras y batidoras** como categorías estrella dentro de su portfolio, consolidándose como esenciales en los hogares. Son productos que satisfacen necesidades cotidianas, desde preparar un café rápido hasta elaborar recetas complejas, con **facilidad de uso, eficiencia energética y una relación calidad-precio imbatible**, valores que definen el ADN de la marca. La propuesta de productos de Sogo responde a las demandas del consumidor actual, que prioriza la practicidad sin renunciar a la calidad.

El boom de las freidoras de aire, aunque ya no es una moda pasajera, sigue generando oportunidades. El mercado sigue activo, según los portavoces de la marca, aunque más estabilizado. No se trata de una novedad, pero se trata de un electrodoméstico que ha logrado consolidarse en muchos hogares. SOGO apuesta por modelos que **mejoran la experiencia del usuario**: mayor capacidad, interfaces intuitivas y diseños que se integran con la estética moderna de las cocinas. Un claro ejemplo de adaptación a un mercado que, tras la pandemia, ha reforzado la preferencia por electrodomésticos duraderos, versátiles y que simplifiquen la vida diaria.

Versatilidad, funcionalidad y facilidad de uso

Entre sus productos insignia, la **cafetera SS-7665** brilla por su versatilidad. Es compatible con cápsulas Nespresso, café molido, monodosis e incluso té. Además, incluye un espumador de leche y cuenta con un moderno panel táctil, ideal para los amantes del café que buscan comodidad. Por su parte, la **batidora de mano SS-14480** tiene un potente motor de 1.500W y pie extra largo. Sus características la convierten en una gran aliada para licuar, mezclar o moler ingredientes con precisión. Asimismo, la **batidora de vaso SS-5535** destaca por su pantalla LED y menús preestablecidos para batidos, smoothies o hielo picado. Su motor de 1.400W y capacidad de jarra de 1,7 litros combinan potencia y tecnología.



Ufesa

www.ufesa.es

La **freidora de aire Macaw de Ufesa** está diseñada para una cocina rápida, saludable y llena de sabor. Con 2.200W de potencia y 8,8 litros de capacidad, este electrodoméstico permite preparar comidas completas y sanas para toda la familia. Destaca por su **tecnología Air Pulse Ultra 360°**, que distribuye el calor de manera uniforme para lograr platos dorados por fuera y jugosos por dentro, usando hasta un 90% menos de aceite que una fritura tradicional.

Su pantalla táctil digital la convierte en un modelo moderno e intuitivo. Incluye 10 programas preestablecidos, control ajustable de tiempo de hasta 60 minutos y temperatura regulable entre 80-200°C. Incorpora una ventana con luz interior para controlar el estado de cocción de los alimentos sin necesidad de abrir la freidora y perder calor. Asimismo, cuenta con componentes antiadherentes, que garantizan facilidad de uso y limpieza. Un aliado perfecto para preparar comidas sabrosas, nutritivas y en menos tiempo.



Jata

www.jata.es



Dentro del *portfolio* de PAE de cocina de Jata, uno de sus mayores referentes son las planchas de asar de terracota y las planchas eléctricas de gran superficie. Ambos son productos históricamente muy ligados a la marca y altamente reconocidos por el consumidor. Como fabricantes, en su sede de Navarra siguen trabajando con su **resistencia patentada en forma de M**.

Las **planchas de terracota** destacan especialmente por ofrecer una cocción natural que mantiene intacto el sabor de los alimentos, además de una excelente conservación del calor. Son productos muy valorados por su durabilidad, resistencia y experiencia de cocina tradicional. Dentro de las **planchas eléctricas**, destacan los modelos fabricados en España con resistencia "Magic", exclusiva de Jata, que garantiza una distribución homogénea del calor en toda la superficie y una mayor eficiencia durante la cocción. En la categoría de **grills**, los modelos de Jata destacan por su versatilidad, rapidez y facilidad de uso, para preparar múltiples recetas de forma cómoda y saludable.

sontrón



Taurus www.taurus-home.com

La batidora de mano Robot 1000 Plus Inox de Taurus destaca por equilibrar potencia y ergonomía en un formato compacto de 750W o 1.000W (con y sin accesorios). Gracias a su Turbo Rotation System y sus cuchillas de acero inoxidable, logra texturas homogéneas de forma eficiente y sin salpicaduras. Su diseño libre de BPA incluye un set completo de accesorios aptos para lavavajillas, facilitando tanto el cocinado como la limpieza posterior. Una opción robusta y versátil para quienes buscan precisión y rendimiento duradero en el uso diario.

Solac www.solac.com

La batidora de vaso Beauty and the Beast 1500 de Solac está equipada con un motor de 1.500W y presenta un robusto acabado en acero inoxidable. Sus cuchillas de seis filos están diseñadas para picar hielo con total facilidad, permitiendo elaborar smoothies, granizados y cócteles con texturas perfectas. Es una herramienta de alto rendimiento que prioriza la rapidez y la precisión en el procesado de alimentos. Su combinación de potencia y resistencia garantiza resultados homogéneos, para una eficiencia profesional en el uso doméstico.



Cecotec www.cecotec.es/es

La familia de heladeras de Cecotec crece con la avanzada Gelatec 1800 Touch, que destaca por su pantalla táctil y control de procesamiento por zonas. Permite batir únicamente la parte superior de la mezcla (*Top*), la tarrina completa (*Full*) o solo el fondo (*Bottom*). La tecnología CreamOn, responsable de su textura, y la función Re-Spin, capaz de airear bases endurecidas, respaldan ese control absoluto. Además, dispone de 10 modos automáticos. Otras novedades incluyen la ultracompacta GelatecEasyMove, que cabe en un cajón, y la todoterreno Gelatec 1800, para una versatilidad completa.

Panasonic www.panasonic.com/es

La nueva batidora con función cocción MX-HG4401 de Panasonic está pensada para preparar comidas caseras de manera rápida, fácil y silenciosa. Combina cuchillas de 6 aspas con un potente motor y un elemento calefactor de 800W, logrando transformar ingredientes crudos en sopas calientes y purés en solo unos 20 minutos. Asimismo, permite elaborar smoothies y granizados en verano. Cuenta con control de temperatura ajustable hasta 100°C y prácticas funciones como el modo *mantener caliente*. Con su programa de autolimpieza a 70°C, elimina manchas y olores sin esfuerzo.





Ninja www.riverint.com

La batidora portátil Ninja BlendBoss está diseñada para licuar directamente en el vaso y beber sobre la marcha. Por eso presenta una tapa hermética a prueba de fugas y una pajita que se ajusta al vaso de forma segura. Su vaso tiene una capacidad de 710 ml e integra un asa que facilita su transporte. Está equipada con un motor de 1.100W, que permite también triturar hielo para crear smoothies y granizados. Su tecnología inteligente Auto-iQ cuenta con tres programas para elegir el nivel de licuado y batido deseado, logrando mezclas suaves en cuestión de segundos.

Ariete www.riverint.com

Entre los artículos más característicos de Ariete están sus hornos portátiles para pizzas, como Pizzeria Gourmet. Con controles de temperatura independientes en la parte superior e inferior que alcanzan hasta los 400°C, es el horno eléctrico con una cámara de cocción más alta que ofrece la experiencia profesional de la pizza napolitana en casa. Este horno cocina la pizza de manera uniforme en solo 3 minutos sobre la piedra refractaria extraíble de 32 cm de diámetro, que absorbe la humedad y libera el calor gradualmente. Al ser extraíble, su limpieza es mucho más cómoda y fácil.



MagicVac www.riverint.com

El interés por organizar mejor la compra, conservar fresca y optimizar el *batchcooking* impulsa los sistemas de envasado al vacío y su ecosistema de combustibles y accesorios, como la gama de MagicVac, distribuida en España por River International. Su línea incluye compactos como Elite 300 Plus, modelos de uso frecuente como Activa, Alice, Dinamika, Futura y Genius, ideales para familias, y artículos de uso intensivo e incluso profesional, como Axolute, Champion, Master y Perfetta.

Moulinex www.groupeseb.com/en

Los artículos de cocina más buscados de Moulinex incluyen su robot de cocina Companion, aliado para elaborar comida casera toda la semana de manera fácil. Su último modelo, i-Companion Touch, integra una pantalla táctil de 5 pulgadas, con 14 programas automáticos y un modo manual, con conectividad WiFi y Bluetooth. Esto da acceso a su app Moulinex, con un directorio con más de 100 recetas diferentes para maximizar la inspiración. Incluye una jarra de más de 3 litros de capacidad en unas dimensiones compactas de 35 cm x 32 cm. Además, es un modelo especialmente silencioso.





Smeg www.smeg.com/es

El mejor aliciente de Smeg sigue siendo su distinguible diseño, característico desde batidoras y cafeteras hasta tostadoras, hervidores o incluso molinillos de café. Uno de sus productos más destacados son sus batidoras de vaso, disponibles en capacidad de 1,5 litros o en un tamaño más compacto de 600 ml. En este caso, va equipada con dos *bottles-to-go* en las que poder llevar los batidos a todas partes. El formato portátil combina dos niveles de velocidad, mientras que el tamaño estándar dispone de cuatro niveles, además de las funciones Pulse y Autoclean.

Cosori www.cosori.es

La nueva gama de freidoras de aire de Cosori es Twinfry Compact, con doble cesta y que logra una cocción más uniforme con menor esfuerzo. Cuenta con la avanzada tecnología Dual Blaze y dispone de cuatro elementos calefactores independientes. Así, distribuyen el calor de manera equilibrada. Además, tiene una capacidad total de 8,6 litros y lleva un separador extraíble, que permite usarla como dos zonas de cocción independientes o como una única cesta de gran tamaño, para preparar raciones más completas. Este modelo es un 16% más compacto que la anterior gama Twinfry, de 10 litros.



Philips www.home-appliances.philips/es/es

La cafetera superautomática Philips Café Aromis Serie 8000 prepara más de 50 bebidas calientes y frías, ofreciendo una máxima personalización para cada usuario. Incorpora avances como el sistema de leche LatteGo Pro, que crea una espuma sedosa fría o caliente, y la innovadora tecnología BrewExtract, que permite dosificar y prensar granos recién molidos con siete niveles de intensidad. Así, permite preparar Cold Brew, infusionando el café a temperatura ambiente y logrando una bebida fría más concentrada. Además, la tecnología SilentBrew reduce hasta un 40% el ruido de la molienda.



Russell Hobbs www.spectrumbrands.com

Las novedades de Russell Hobbs apuestan por segmentos concretos como el *fun cooking*, con su nueva máquina de helados Chilluxe. Combina un diseño compacto, facilidad de uso y acabados premium. Asimismo, cuenta con siete funciones: helado, gelato -más cremoso-, helado light, yogur helado, sorbete, batido y *mix-in* para agregar extras y *toppings*. Su función Re-Spin logra una textura cremosa y sedosa al emplear sus 800 W y su hoja de cuatro puntas en acero inoxidable. También incluye dos tarrinas libres de BPA de 500 ml, cada una con sus respectivas tapas.





Bosch www.bosch-home.es/es

La última generación del robot de cocina multifunción Cookit de Bosch dispone de 24 funciones automatizadas, como preparación al vapor, sous vide o fermentación de masa, así como 7 herramientas profesionales. Incluye una olla XL con 3 litros de capacidad, que además es apta para lavavajillas. Puede alcanzar los 200 °C de temperatura de cocción y cuenta también con un programa de prelavado. Destaca por su integración con la aplicación Home Connect, que permite acceder a más de 500 recetas gratuitas, así como controlar el progreso de la cocción desde el móvil o tablet.

Xiaomi www.mi.com/es

El dispensador de agua caliente de Xiaomi dispensa agua hervida al momento gracias a su alta potencia de 1.600W. Produce agua potable e inodora en su interior de cristal con una placa de calentamiento de acero inoxidable y un tubo de agua rígido sin silicona. El hervido prolongado con un solo toque elimina eficazmente el cloro residual del agua y la purifica en segundos. Su gran capacidad de 5 litros hidrata a toda la familia; es capaz de hervir estos 5 litros en 18 minutos. Dispensa agua a diferentes temperaturas, desde 40 hasta 90°C, para satisfacer diferentes necesidades.



Braun www.braunhousehold.com/es-es

Las novedades de Braun incluyen la batidora de vaso PowerBlend 9, una potente herramienta de cocina con una sofisticada gama de nuevas tecnologías. Su iTexture Control permite personalizar las mezclas, desde muy cremosas hasta gruesas, y dispone de 18 programas que automatizan el ajuste de la textura en tres fáciles pasos. La jarra con tecnología Tri-Action ofrece un 60 % más de precisión y una mezcla cuatro veces más rápida, en comparación con modelos anteriores. Cuenta con 1.600 W de potencia y la cuchilla característica PrecisionEdge, fabricada en Alemania.

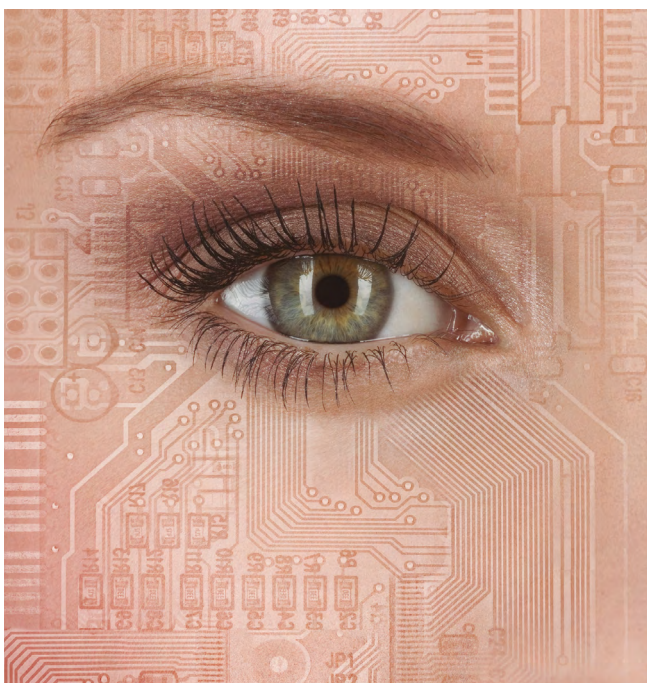
Jocca www.jocca.es

Jocca sigue potenciando su gama de freidoras de aire, con modelos clásicos, de doble cubeta y gran capacidad, con ventana visible, compactas, función grill e incluso el singular modelo con cubeta de cristal transparente y pantalla táctil superior. Presentan capacidades de entre 3 hasta 11 litros -en dos cubetas-; desde la marca, destacan los modelos de 5-6 litros, óptimos para el uso diario. Su potencia abarca entre 1.400W y 1.800W, para conseguir acabados jugosos y crujientes en menos tiempo. Incluyen funciones preconfiguradas y sistemas de seguridad, como el apagado automático.



Cada vez más productos de esta categoría incorporan funcionalidades de IA para conseguir mejores resultados

La Inteligencia Artificial llega al **PAE de Cuidado Personal** para quedarse



El PAE de Cuidado Personal se consolida entre las rutinas cotidianas de autocuidado de los españoles y crece con nuevas soluciones que suponen mejoras a lo hasta ahora conocido, de la mano de la tecnología. Así, además de todos los nuevos dispositivos como **mascarillas y masajeadores faciales** para lucir un cutis impecable o de los **cepillos de pelo antiencrespamiento** se suman soluciones para el cuidado del cabello perfeccionadas que siguen las prestaciones de los productos profesionales y que ahora incorporan mejoras y funcionalidades avanzadas de la mano de la **inteligencia artificial**.



Conectividad, inteligencia artificial, prestaciones y resultados profesionales, junto a la capacidad de **personalización**, la ergonomía y la **facilidad de uso**, constituyen algunas de las señas de identidad de los nuevos productos de **cuidado personal**.

En este sentido, los nuevos **secadores, cortapelos y máquinas de afeitar** son tan avanzados que cada vez resulta más complicado dañar el pelo o la piel durante su uso normal, porque la IA vela para que ello no suceda. De la misma manera, estos productos se han integrado tanto en las costumbres habituales de la gente que resultan indispensables en los hogares y, yendo incluso más allá, podríamos decir que en los neceseres individuales de cada usuario. Porque **la personalización y los gustos individuales** se han vuelto tan propios de esta familia de productos que prácticamente cada usuario tiene los suyos y cada vez se comparten menos.

En las páginas siguientes ofrecemos una selección de productos de cuidado personal de destacadas marcas del mercado nacional que reflejan perfectamente las tendencias que están dominando actualmente el panorama y que podemos resumir en una cada vez **mayor digitalización/tecnologización** de la categoría, con conectividad e Inteligencia artificial, prestaciones y resultados profesionales y comodidad y ergonomía para las tareas de "mantenimiento" diarias.

DESCUBRE IN-LINE SERIES

Ahora, todo encaja.



Los frigoríficos In-Line redefinen la integración en la cocina. Frigoríficos que se alinean perfectamente con el mueble, sin sobresalir y sin espacios innecesarios. Solo 4 mm de separación, gracias a la ventilación inferior que garantiza un rendimiento óptimo. Paredes más finas que maximizan la capacidad interior, para que nada sobresalga y nada se pierda.

Descubre **In-Line Series**



Donde se cocina la vida

SOGO

<https://sogo.es>



Sobre estas líneas, de izquierda a derecha, el secador SS-3235, el moldeador de pelo profesional SS-3730 y el cortapelos para cuerpo y nariz SS-3540.

SOGO señala que las familias de producto de PAE de Cuidado Personal que mejor acogida están teniendo por parte del mercado son las de **secadores de pelo, moldeadores de pelo y cortapelos**. Ello se explica, según la marca, porque el consumidor busca cada vez más soluciones profesionales en casa, con resultados de calidad sin necesidad de acudir a centros especializados. En este sentido, la comodidad, el diseño ergonómico y la tecnología aplicada al cuidado del cabello y la piel son factores determinantes.

Asimismo, explican que aún se mantiene la tendencia del autocuidado en el hogar que impulsó el confinamiento por la pandemia de COVID. Concretamente, desde SOGO nos cuentan que los usuarios han incorporado rutinas de cuidado personal más completas y valoran disponer de herramientas eficaces en casa. Así, aseguran que esto ha derivado en una demanda más estable pero también más exigente, donde **la calidad, la durabilidad y la experiencia de uso** son clave. Por eso en SOGO siguen innovando para ofrecer productos que respondan a este nuevo estándar.

Productos destacados

Ejemplo de ello son algunos de los productos más destacados de su portafolio, como el **secador de pelo SS-3235** con tecnología iónica y motor BLDC, así como su **moldeador de pelo profesional SS-3730** con 6 accesorios intercambiables y tecnología Coanda. Igualmente, en cuidado personal masculino, SOGO destaca su **cortapelos 2 en 1 para cuerpo y nariz SS-3540**. Desde la firma exponen que este último está teniendo una excelente acogida gracias a su versatilidad, autonomía y facilidad de mantenimiento. Cuenta con pantalla LED, resistencia al agua IPX7 y múltiples accesorios incluidos.

Ufesa

www.ufesa.es

Según Ufesa, en PAE de belleza y bienestar, triunfan las soluciones que **agilizan el cuidado diario** y ofrecen mejores resultados de forma práctica y accesible. Como la tecnología iónica de su secador **Pro Ionic Go** y moldeador **Pro Glam Twist**. También destacan la **multifuncionalidad**, como la de su **plancha Air Duo Style**, un dispositivo 3 en 1 que ofrece secado y alisado, con opción combinada y por separado, con un acabado profesional, suave y brillante.



Para Ufesa, el boom de la categoría en pandemia dejó una **mayor conciencia sobre el autocuidado en casa**, que aún sigue. La gente busca soluciones para incorporar sencillas rutinas de cuidado personal en su día a día. La firma destaca su **Ion-Plasma Luxe** (en la imagen), secador de pelo profesional con potencia, inteligencia y tecnología de vanguardia para resultados impecables sin comprometer la salud del cabello. Cuenta con un motor digital de alta velocidad a 110.000 rpm para un secado ultrarrápido y eficiente, tecnología Dual Heat Protect con sensor inteligente de temperatura que regula automáticamente el flujo de aire alternando entre caliente y frío para proteger el cabello, pantalla digital integrada, 2 velocidades, 3 temperaturas y golpe de aire frío para fijar el peinado. Su tecnología Ion-Plasma Care, con generadores de iones negativos y positivos, elimina el encrespamiento, regula el pH natural del cabello y mejora la absorción de productos capilares.

Taurus Group

www.group-taurus.com

Secador Digital Force Protect de Taurus.



Desde Taurus señalan el predominio de los **secadores y moldeadores digitales** en un contexto donde el consumidor está más informado y busca herramientas con **calidad profesional**. Asimismo, mencionan la consolidación del hogar tras la pandemia como el nuevo centro de bienestar profesional. Por lo que respecta a los productos estrella de la marca

destacan el innovador **moldeador Airwave Digital Pro**, con efecto Coanda para todo tipo de peinados, y el **secador Digital Force Protect** con motor brushless de alta eficiencia. Igualmente, de Solac citan el **moldeador Blast Style Pearl**, cuya versatilidad de cabezales ofrece soluciones profesionales para cualquier estilo y situación.



Philips www.philips.com

La i9000 Prestige Ultra es la afeitadora eléctrica más avanzada de Philips. Afeita por debajo de la superficie de la piel, logrando un apurado que se mantiene durante todo el día. Gracias a la IA, detecta la densidad del vello, la presión ejercida y el movimiento, ajustando automáticamente la potencia para maximizar la eficacia en cada pasada. Puede usarse en seco o en húmedo, cuenta con cinco modos de afeitado personalizados (Normal, Sensible, Intenso, Mojado y Personalizado). El revestimiento protector de la piel y la IA garantizan un afeitado sin irritaciones, incluso en pieles sensibles. Tiene 60 min de autonomía tras 1 h de carga, e incluye un estuche de carga UV que garantiza su limpieza y desinfección total.

Wahl www.riverint.com. El cortapelos sin cable Wahl 3028049 Self-Clip 360 tiene una batería de litio de 150 minutos de autonomía tras 7 horas de carga. También incluye carga rápida que ofrece 5 minutos de uso tras 1 minuto de carga.

Con un ancho de corte de 45 mm, cuenta además con 10 peines guía para un corte de precisión de 0,8 – 25 mm, y cuchilla SmartCut. Su ángulo único se mantiene plano contra el cuero cabelludo, permitiendo un acceso perfecto a todas las partes de la cabeza. Igualmente, el Dualgrip360 proporciona un agarre seguro al cortar zonas difíciles. También funciona enchufada a la corriente.



Shark Ninja www.riverint.com

El Shark HD446SLEU FlexStyle 5 en 1 es un secador de pelo y moldeador que consigue resultados de peluquería en casa. Su brazo incluye un codo articulado que permite colocarlo en casi 90° para usarlo como secador o recto para su uso como moldeador.

Cuenta con un sistema que mide el calor 1.000 veces por segundo, garantizando una temperatura del aire constante y evitando daños en el pelo. Ofrece 3 ajustes de calor y flujo de aire. Cuenta con tecnología Coanda y su tamaño compacto lo hace ideal para viajes. Incluye 5 accesorios de peinado: un cepillo para alisar, un cepillo redondo, dos rizadoros, un concentrador, un difusor y un estuche de transporte.


Cecotec www.cecotec.es

El secador DryGlam Waves i-Sensor Pro, tiene un sensor de distancia con IA que mide en tiempo real el espacio entre la boquilla y el cabello para ajustar automáticamente la temperatura, y no dañarlo. Asimismo, el uso de infrarrojos consigue un calor más suave y profundo para un secado más natural, con mejor retención de la hidratación y menos tendencia a la aparición de grasa y caspa. Paralelamente, la función Plasma proyecta hasta 600 millones de iones negativos, disminuyendo el encrespamiento. Ello es posible gracias a su motor digital brushless de 1.600W y 110.000 rpm, con flujo de aire de 25 m/s, para un secado rápido. Además, su sistema Touch Sensor hace que el secador se active al sujetar el mango y se detenga al soltarlo. Otras características incluyen pantalla digital, dos niveles de velocidad, cuatro temperaturas, seis modos inteligentes predefinidos (AI Mode) y seis accesorios magnéticos (dos concentradores, un cabezal antifriz, un difusor y dos cilindros con Coanda).

Otras características incluyen pantalla digital, dos niveles de velocidad, cuatro temperaturas, seis modos inteligentes predefinidos (AI Mode) y seis accesorios magnéticos (dos concentradores, un cabezal antifriz, un difusor y dos cilindros con Coanda).

Braun <https://es.braun.com>

El cepillo de pelo Satin Hair 7 BR750 con tecnología IONTEC y cerdas naturales elimina la electricidad estática con solo pulsar un botón. El dispositivo libera millones de iones activos que envuelven el cabello para combatir la electricidad estática y realzar su brillo. Todos estos iones fortalecen el cabello, combaten la electricidad estática y el frizz y proporcionan un brillo visible al instante. Además, captan y devuelven al cabello la humedad del aire que lo rodea, lo cual es muy sano. Cuenta con una almohadilla desmontable para facilitar la limpieza.


Rowenta www.rowenta.es

La afeitadora de cabeza Barber Experience cuenta con cinco cabezales con cuchillas de recubrimiento de titanio. Resistente al agua y con una autonomía de 80 minutos tras 1,5 horas de carga, apura hasta 0,1 mm. Su motor de alto rendimiento de 7300 rpm logra resultados óptimos en una sola pasada y la tecnología Genteskin de sus cuchillas garantiza un confort total sobre la piel, sin irritaciones, tirones ni pellizcos. Por último, su diseño ergonómico se adapta a la mano y rostro para un agarre cómodo y un control preciso para un afeitado fácil y sin esfuerzo. Incluye neceser.





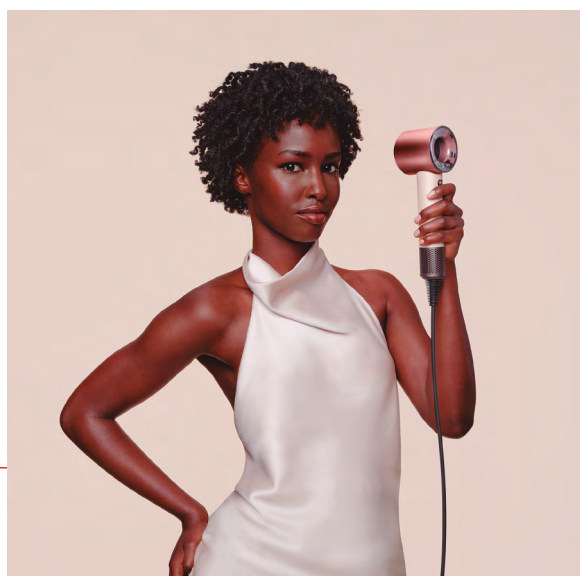
Remington

<https://www.spectrumbrands.eu/>

De la nueva gama Almond Allure de Remington es la plancha de pelo Almond Allure (S4807), que integra placas cerámicas avanzadas enriquecidas con microcondicionadores de aceite de almendras que ayudan a conseguir un acabado suave y sin encrespamiento. Con su calentamiento ultrarrápido en solo 15 segundos y su control digital de temperatura de 150 a 230 °C, las placas se adaptan a todo tipo de cabello, proporcionando unos resultados de calidad profesional en menos tiempo. El diseño curvo de esta plancha permite tanto alisar el pelo como crear ondas y rizos, por lo que se trata de una herramienta versátil para cualquier peinado.

Dyson www.dyson.com

Dyson Supersonic Travel es un secador de viaje un 32 % más pequeño y un 25 % más ligero que el secador Dyson Supersonic pero con el mismo rendimiento. El nuevo secador de pelo Dyson Supersonic Travel cuenta con una tecnología de control inteligente del calor que mide la temperatura del flujo de aire 100 veces por segundo, evitando el daño causado por el calor extremo. Asimismo, su flujo de aire está diseñado con precisión para secar el cabello de forma rápida y uniforme, manteniéndolo sano y brillante. Es compatible con los accesorios de los modelos Dyson Supersonic y Dyson Supersonic Nural.



Create <https://www.create-store.com/>

La Skinkare LED Mask 8 in 1 es una máscara facial con 8 tratamientos de terapia LED: la luz roja para vitalidad y rejuvenecimiento; la luz verde para calmar y relajar la piel; la luz azul para controlar el acné y limpiar la piel en profundidad; la luz amarilla para combatir la pigmentación y las líneas de expresión; la luz púrpura para reducir las marcas de acné y cicatrices; la luz cian que regula la energía celular; la luz blanca que favorece la firmeza y el metabolismo y la luz infrarroja que rejuvenece y ayuda a producir colágeno. Su batería tienen una autonomía de hasta 120 minutos a máxima potencia o 240 minutos a mínima potencia. Incluye también cable USB-C para una carga rápida, segura y compatible con diversos dispositivos.



Panasonic www.panasonic.com/es

La plancha Styler iónica EH-HV31 permite cambiar fácilmente entre un acabado liso o rizos suaves, cuidando el cabello en cada pasada. Sus placas cerámicas flotantes y la liberación de iones negativos reducen el encrespamiento y mantienen el pelo suave y brillante. Con seis niveles de temperatura, calentamiento rápido y diseño compacto para viajes, está disponible en rosa pálido y verde matcha, ofreciendo flexibilidad y cuidado para lucir un cabello saludable y lleno de vida durante toda la primavera.

Foreo www.foreo.com

El FAQ 402 es un dispositivo de microcorrientes duales para combatir la flacidez, las arrugas profundas, las líneas de expresión y las manchas de la edad en el rostro y el cuello. Su innovadora tecnología de microcorrientes duales, electroporación y masaje T-Sonic, combinada con 3 longitudes de onda diferentes de luz LED, trabaja en conjunto para aumentar la producción de colágeno y combatir los signos de envejecimiento en las capas más profundas de la piel. La terapia de luz LED roja y NIR calienta las capas más profundas de la piel, para que las fibras de colágeno se contraigan y se tensen. Esto ayuda a suavizar las líneas de expresión y las arrugas en la superficie de la piel y proporciona firmeza duradera a las zonas flácidas.



Ghd <https://www.ghdhair.com/es/>

El cepillo eléctrico alisador térmico ghd Glide+ permite conseguir un cabello con efecto "recién peinado" con el mínimo esfuerzo y en solo minutos. Se utiliza sobre cabello seco y ofrece resultados ultra suaves en una sola pasada, sin daños por calor extremo. La tecnología avanzada de ghd y el ionizador integrado trabajan en conjunto para crear un alisado natural y ultra suave, con hasta dos veces menos encrespamiento. Un peinado liso que dura todo el día y aporta hasta un 57% más de brillo. Gracias a la tecnología de calentamiento mejorada, ghd Glide+ mantiene la temperatura óptima de peinado de 185°C, garantizando un alto rendimiento sin causar daños por calor extremo.

Inteligencia, eficiencia y diseño se combinan en una nueva generación de frigoríficos que no solo conservan los alimentos, sino que optimizan su frescura, reducen el consumo energético y se integran de forma natural en el hogar moderno

La nueva era del **frigorífico** que piensa, conserva y se integra



La cocina moderna ha convertido al **frigorífico** en mucho más que un electrodoméstico destinado a conservar alimentos. Hoy, el frío doméstico se sitúa en el centro de las nuevas tendencias del hogar: **diseño integrado, eficiencia energética, conectividad y soluciones inteligentes** que buscan **simplificar el día a día y reducir el desperdicio alimentario**. En un contexto donde las cocinas abiertas ganan protagonismo y el consumidor prioriza tanto la estética como la sostenibilidad, las marcas están apostando por equipos cada vez más sofisticados, silenciosos y adaptados a las nuevas rutinas de consumo.

Diseño, eficiencia e inteligencia conectada

La **integración total** es, precisamente, una de las grandes corrientes del mercado. Los nuevos frigoríficos buscan fundirse con el mobiliario para aportar continuidad visual y crear espacios más limpios y elegantes. A ello se suma el crecimiento de **formatos XL, XXL y multipuerta**, favorecido por nuevos hábitos de compra

y almacenamiento, así como por la necesidad de disponer de una mayor capacidad útil sin renunciar a la eficiencia energética ni a la optimización del espacio.

Al mismo tiempo, se introducen mejoras en la organización interior, sistemas de conservación de alta precisión y la incorporación progresiva de **inteligencia artificial** para anticiparse a los hábitos de uso y mejorar tanto la experiencia del usuario como el rendimiento del aparato.

La evolución tecnológica del frigorífico responde también a un **cambio en los hábitos de consumo y en las prioridades del hogar**. En la Unión Europea se desperdician anualmente más de **58 millones de toneladas de alimentos** —alrededor de 129 kilos por habitante— y más de la mitad de este desperdicio se genera en los hogares, según datos de la Comisión Europea y Eurostat. Esta realidad ha convertido la conservación eficiente de los alimentos en uno de los principales focos de innovación para los fabricantes de frigoríficos.

Paralelamente, la **eficiencia energética** se sitúa como uno de los factores decisivos en la elección de electrodomésticos. La Comisión Europea señala que los frigoríficos y congeladores actuales han mejorado su eficiencia energética en torno a un 60 % respecto a los modelos comercializados a principios de los años noventa, gracias a la evolución tecnológica y a las nuevas normativas europeas de eficiencia.

Así evoluciona la oferta del sector

Desde **Teka** destacan precisamente esta evolución hacia frigoríficos “más intuitivos, funcionales y adaptados al día a día del usuario”. La firma subraya que el mercado avanza hacia soluciones totalmente integrables, pensadas para cocinas modernas donde el diseño continuo resulta clave. En paralelo, la compañía trabaja en sistemas que optimizan el consumo energético y mejoran la conservación mediante una gestión precisa de temperatura y humedad, combinando estética, practicidad y funcionamiento silencioso.

En la misma línea, desde **Beko Europe** señalan que el sector se está desarrollando en torno a tres grandes ejes: **conectividad e inteligencia aplicada, conservación avanzada de los alimentos y optimización del espacio interior**. La conectividad, explican, permite ya interactuar con el frigorífico en tiempo real, recibir alertas de mantenimiento y ajustar automáticamente el funcionamiento para reducir el consumo. Además, tecnologías capaces de controlar la humedad, minimizar las fluctuaciones de temperatura o incluso simular condiciones naturales contribuyen a prolongar la frescura de los alimentos y preservar mejor sus nutrientes.

La inteligencia artificial aparece como otro de los grandes campos de desarrollo para el frío doméstico. Aunque todavía se encuentra en una fase inicial en muchos segmentos, las marcas coinciden en que su recorrido será amplio en los próximos años. El objetivo es que los frigoríficos puedan aprender de los hábitos de uso, anticiparse a las necesidades del usuario y ajustar automáticamente parámetros como la temperatura o la potencia de refrigeración. Esto no solo permitirá una mayor comodidad, sino también una **reducción significativa del consumo energético y del desperdicio alimentario**.

En este contexto de transformación, las marcas continúan ampliando su oferta con propuestas que combinan eficiencia, conectividad y una mejor conservación de los alimentos. La integración total, la optimización del espacio interior y las tecnologías inteligentes se consolidan como algunos de los principales ejes de innovación dentro del segmento.

En el ámbito premium, firmas como **AEG** apuestan por frigoríficos integrables con sistemas de refrigeración inteligente y tecnologías orientadas a optimizar tanto el rendimiento como el consumo energético. Por su parte, **Liebherr** refuerza la tendencia hacia modelos de gran capacidad y organización avanzada,



incorporando soluciones específicas para prolongar la frescura de los alimentos y facilitar el almacenamiento diario.

La conectividad y la IA también ganan protagonismo en las nuevas gamas de fabricantes como **Samsung** o **LG**, que desarrollan frigoríficos capaces de aprender hábitos de uso, mejorar la eficiencia energética y ofrecer una experiencia cada vez más personalizada. En paralelo, marcas como **Miele** o **Smeg** continúan potenciando el componente estético y premium del electrodoméstico, combinando diseño, tecnología y funcionalidades avanzadas de conservación.

Asimismo, firmas como **Siemens** y **Bosch** siguen impulsando la evolución de los frigoríficos de gran formato, especialmente en categorías multipuerta y modelos XXL, donde la capacidad, la flexibilidad interior y las tecnologías No Frost se han convertido en elementos clave para responder a las nuevas necesidades de los hogares contemporáneos.

El futuro del frío doméstico

En definitiva, el frigorífico se redefine como un **electrodoméstico estratégico** dentro de la cocina actual. Diseño, sostenibilidad, capacidad, conservación inteligente y conectividad convergen en una categoría que atraviesa una de sus etapas de mayor evolución tecnológica. El objetivo común de la industria es ofrecer soluciones capaces de conservar mejor los alimentos, reducir el consumo energético y adaptarse de forma cada vez más precisa a los hábitos y necesidades del usuario moderno.

Teka

www.teka.com



El mercado transita hacia una **integración total del electrodoméstico en la cocina**, especialmente en espacios abiertos donde el diseño debe alinearse con el mobiliario para lograr continuidad estética. A esta tendencia se suma un enfoque cada vez mayor en la **eficiencia energética y la sostenibilidad**, con soluciones que reducen el consumo sin renunciar al rendimiento. Para Teka, también destaca la **optimización del espacio interior**, con configuraciones más flexibles que hacen más sencilla la organización y mejoran la conservación de los alimentos.

Además, la tecnología se orienta a simplificar la experiencia de uso, haciendo los **frigoríficos más intuitivos, funcionales y adaptados a la vida cotidiana**. La **inteligencia artificial** tiene un gran potencial en este segmento, especialmente en la optimización del consumo energético y en el rendimiento. En el futuro, permitirá ajustar automáticamente parámetros como temperatura o humedad en función de su uso, contribuyendo a una mejor conservación de los alimentos y a una interacción más intuitiva, con electrodomésticos que puedan anticiparse a las necesidades del usuario. Teka, entiende la IA como una herramienta para aportar valor real. Su objetivo es avanzar hacia soluciones más inteligentes y adaptativas para mejorar la experiencia de uso de forma fácil, eficiente y coherente con las necesidades actuales del consumidor.

Frigorífico RBF 88695 SLN SS

Teka apuesta por frigoríficos totalmente integrables, pensados para cocinas contemporáneas donde el diseño continuo es un aspecto fundamental. Sus desarrollos priorizan la eficiencia energética, incorporando sistemas que optimizan el consumo y disminuyen el impacto ambiental. En el interior, la firma trabaja en soluciones que mejoran tanto la conservación —mediante una gestión precisa de temperatura y humedad— como la organización, con espacios versátiles que responden a distintas necesidades. Todo ello combinado con un diseño funcional que equilibra estética y practicidad, dando lugar a productos discretos, eficientes y de uso sencillo.

Sus modelos más representativos, como su **frigorífico combi In-Line Series de 362 litros RBF 88695 SLN SS**, reflejan esta filosofía: integración total, bajo consumo, distribución inteligente y funcionamiento silencioso, junto con una instalación simplificada.



Beko Europe

www.bekoeurope.com

Beko Europe destaca que la gama de frío evoluciona en tres grandes direcciones: conectividad e inteligencia aplicada, mejora en la conservación de los alimentos y optimización del espacio junto con la eficiencia energética. La **conectividad** se ha convertido en un eje clave, permitiendo al usuario interactuar con el frigorífico en tiempo real, optimizar su uso y recibir alertas de mantenimiento. En este sentido, Beko Europe desarrolla ecosistemas conectados que integran el frigorífico en el hogar inteligente mediante inteligencia artificial. En paralelo, la **conservación de los alimentos** ha mejorado gracias a tecnologías que reproducen condiciones naturales y regulan con precisión temperatura y humedad, ayudando a prolongar la frescura y mantener los nutrientes. Además, se ha conseguido aumentar la **capacidad útil** sin incrementar el tamaño exterior, junto con mejoras en **eficiencia energética y reducción del ruido**.

Beko Europe también señala el potencial de la **inteligencia artificial** para anticipar necesidades, optimizar el consumo energético y gestionar los alimentos de forma más eficiente. Ya existen sistemas que aprenden de los hábitos del usuario y ajustan automáticamente el funcionamiento del frigorífico. De cara al futuro, se prevén frigoríficos capaces de reconocer patrones de consumo, ofrecer recomendaciones personalizadas e integrarse con otros dispositivos del hogar para una experiencia más completa. En esta línea, Beko Europe trabaja en **ecosistemas inteligentes donde el frigorífico se integra en una red conectada y evoluciona con el usuario**.



Beko

Beko destaca los **frigoríficos combinados**, que integran tecnologías como **Harvest-Fresh**, capaz de simular el ciclo solar para conservar las vitaminas de frutas y verduras durante más tiempo, y **AeroFlow**, que minimiza las fluctuaciones de temperatura, derivando en la mejor conservación de los alimentos. Además, incorporan conectividad a través de la **app HomeWhiz**, con múltiples funciones como **Adaptive Cooling**, que aprende de los hábitos de uso y ajusta el funcionamiento para optimizar el consumo energético. Todo unido a diseños adaptados a las nuevas tendencias.

Whirlpool

Por su parte, **Whirlpool** apuesta por la conectividad y la gran capacidad con su tecnología **6th Sense** y la **integración de la IA**, un ecosistema inteligente que ajusta de manera automática el funcionamiento para asegurar resultados óptimos con el mínimo consumo. A ello se suman sistemas como **FreshLock** o **Dual NoFrost**, que optimizan la frescura de la comida, preservando por más tiempo los alimentos en sus mejores condiciones y evitando la mezcla de olores.



Hotpoint

Hotpoint centra su propuesta en el cuidado de los alimentos y la experiencia de uso, con soluciones como **Vital Care** para conservar los nutrientes o antioxidantes, y sistemas de circulación de aire que prolongan la frescura hasta un 30%. Además, la integración de conectividad permite funcionalidades como mantenimiento predictivo o alertas de seguridad.

sonltrón



Liebherr www.liebherr.com

Liebherr apuesta por sus nuevos modelos XL y XXL, entre ellos el ICBNbi 7663, un frigorífico-congelador integrable de 194 cm que destaca por su gran capacidad y organización interior. Incluye cajones BioFresh extra anchos que conservan los alimentos hasta 5 veces más tiempo, IceMaker automático con conexión de agua y sistema NoFrost en el congelador para evitar la formación de hielo. También incorpora iluminación Light Tower, estantes flexibles y un diseño totalmente integrable con alta eficiencia energética.

Electrolux www.electrolux.es

Electrolux destaca el frigorífico combi de integración Serie 9000 de su marca premium AEG. Se trata de un frigorífico que apuesta por la eficiencia energética, la tecnología y la conservación óptima de los alimentos. Incorpora sistemas de refrigeración inteligente que mantienen una temperatura estable y ayudan a reducir el desperdicio alimentario, además de tecnologías como AI CoolAssist y compresores Inverter que optimizan el consumo y el rendimiento. Con un diseño integrado y enfoque sostenible, AEG lo plantea como un electrodoméstico inteligente que se adapta al uso del hogar.



Siemens www.siemens-home.bsh-group.com

Siemens de BSH presenta el KB96NADD1, un frigorífico combi integrable que destaca por su gran capacidad y diseño pensado para cocinas modernas. Ofrece un volumen ampliado, con hasta un 45 % más de espacio útil, para un almacenaje más cómodo y organizado. Incorpora tecnología noFrost, que evita la formación de hielo en el congelador, y el sistema hyperFresh, que mantiene los alimentos en condiciones óptimas durante más tiempo. Además, cuenta con control de temperatura independiente, iluminación LED, alarma de puerta abierta y un funcionamiento silencioso.

Bosch www.bosch-home.es

En frigoríficos multipuerta, BSH ofrece distintos acabados como acero negro antihuellas o cristal negro para adaptarse a diferentes estilos de cocina. Un ejemplo destacado es el Bosch KFI96AXEA, que incorpora dispensador y se distingue por su alta capacidad de producción de hielo, llegando hasta 5 kg al día. También es característico su formato XXL, con amplio espacio de refrigeración y congelación, para almacenar grandes cantidades de alimentos. Incorpora tecnología Total No Frost, que evita la formación de hielo, y el sistema VitaFresh, que ayuda a conservar los alimentos más tiempo.





Smeg www.smeg.com

El frigorífico Dolomite de Smeg es un modelo que combina tecnología avanzada y diseño italiano. Está pensado para ofrecer una refrigeración precisa y mejorar la conservación de los alimentos, manteniendo sus propiedades durante más tiempo. Se trata de un producto que une innovación y estilo, reflejando el enfoque de Smeg en crear electrodomésticos que no solo sean funcionales, sino también elementos de diseño para la cocina.

LG www.lg.com

LG introduce el nuevo frigorífico combi de gran capacidad Wide Combi Refrigerator, diseñado para optimizar tanto el almacenamiento (40 % más de capacidad) como el consumo energético (clase A). Incluye compresor Inverter con IA y tecnologías como DoorCooling+ para un enfriamiento más rápido y FRESHConverter+ para ajustar la temperatura según el tipo de alimento. Otro avance relevante es la capacidad del sistema para anticipar necesidades. Modos como el AI Fresh aprenden patrones de uso para el preenfriamiento automático en momentos de mayor actividad.



Samsung www.samsung.com

El Samsung Bespoke AI Family Hub es un frigorífico americano inteligente que combina conectividad, eficiencia y comodidad de uso. Destaca por su pantalla Family Hub de 21,5", que permite gestionar recetas, recordatorios y entretenimiento, además del control por voz con Bixby. Incorpora tecnologías de conservación como Twin Cooling Plus y Metal Cooling, junto con funciones de enfriamiento rápido como Power Cool y Power Freeze. También se conecta a la app SmartThings para controlarlo desde el móvil y cuenta con AI Energy Mode para optimizar el consumo energético.

Miele www.miele.es

La gama MasterCool de Miele combina diseño, gran capacidad y tecnología inteligente para una experiencia de refrigeración de lujo. Incluye sistemas como MasterFresh Pro para conservar los alimentos frescos más tiempo y Longlife AirClean para eliminar olores. Además, incluye cámaras integradas con función FoodView, que permite ver el contenido del frigorífico desde el móvil con la app de Miele. También destaca su diseño en acero inoxidable, apertura Push2open para cocinas sin tiradores, IceMaker integrado y modos inteligentes que mejoran el rendimiento y la eficiencia energética.



EuroCucina 2026, celebrada en el marco del Salone del Mobile de Milán del 21 al 26 de abril, confirma la evolución definitiva de la cocina hacia un sistema conectado, inteligente y flexible, donde la tecnología, el diseño y la inteligencia artificial redefinen la experiencia del usuario en el hogar contemporáneo

EuroCucina 2026 marca el futuro de la cocina conectada



El Salone del Mobile 2026, celebrado en Milán del 21 al 26 de abril, ha cerrado con cifras récord y reafirmando su posición como uno de los grandes epicentros internacionales del diseño. En un contexto de incertidumbre geopolítica y transformación del mercado global, la feria reunió a **316.342 visitantes** procedentes de 167 países, con un 68% de asistencia internacional. Estos datos confirman el papel del evento como plataforma estratégica para la internacionalización, el networking y la generación de negocio en el sector del diseño, el mobiliario y el hábitat contemporáneo.

Durante seis intensos días en Milán, el Salone ha vuelto a consolidar su capacidad para combinar industria, diseño, tecnología y cultura, impulsando nuevas formas de habitar y entender el espacio doméstico. En este marco, **EuroCucina / FTK (Technology For the Kitchen)** se posicionan como uno de los grandes focos del evento, evidenciando la importancia creciente de la cocina como núcleo tecnológico, social y emocional del hogar.

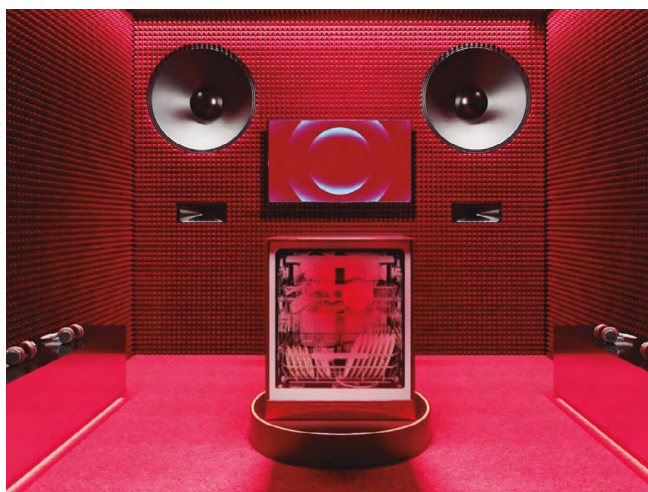
La cocina como sistema, no como espacio

La edición 2026 confirma una clara evolución: la cocina deja de ser un conjunto de electrodomésticos para convertirse en un **sistema conectado, inteligente y flexible**. Diseño, eficiencia energética, sostenibilidad e inteligencia artificial se han integrado en propuestas que buscan no solo mejorar el rendimiento, sino redefinir la relación entre usuario y espacio

IA, conectividad y nuevas formas de cocinar

En este contexto, **Miele** presenta el concepto "Diseñado para moverse contigo", una visión que redefine la cocina como un espacio flexible que se adapta a las rutinas del usuario. Entre sus innovaciones destacan la placa de inducción KM 8000 con utensilios M Sense, el asistente inteligente CulinaryCoach integrado en la app, el cajón de cocción al vapor en formato compacto 3 en 1, además de propuestas como la cocina exterior modular y soluciones de ventilación integradas que refuerzan la idea de una cocina más fluida, intuitiva y conectada.

Por su parte, **LG** plantea una cocina basada en la automatización inteligente bajo el concepto Built for Your Today, con frigoríficos de gran capacidad con IA, hornos con cámara interna y reconocimiento de alimentos, placas de inducción con diseño integrado y lavavajillas que ajustan automáticamente los ciclos mediante sensores inteligentes, reforzando la idea de una cocina que aprende del usuario.



El electrodoméstico como pieza de diseño

El diseño como elemento estructural también gana protagonismo en propuestas como las de **Siemens** y **Bosch**, que apuestan por hornos con reconocimiento de alimentos, placas de inducción con extracción integrada y soluciones de refrigeración de gran capacidad. Su presencia en Milán refuerza la tendencia hacia electrodomésticos duraderos, eficientes y cada vez más integrados en el mobiliario.

En paralelo, **Smeg** reivindica el valor del diseño como expresión estética y emocional con colecciones como Musa, de estética sofisticada y modular, e Isola, que convierte el electrodoméstico en protagonista visual de la cocina. A ello se suma una fuerte apuesta por el color, el material y la personalización como elementos diferenciales.

Milán más allá de la feria: experiencias en la ciudad

Más allá de EuroCucina, la Milan Design Week extiende su influencia a la ciudad a través de instalaciones y espacios de marca. Firmas como Miele, AEG y Samsung trasladan sus propuestas al tejido urbano con experiencias inmersivas en **Fuorisalone**, difuminando la frontera entre exposición, diseño y estilo de vida.

En el ámbito de la gran distribución tecnológica, **Samsung** impulsa su ecosistema Bespoke AI, donde frigoríficos, lavavajillas y lavadoras secadoras se adaptan al uso mediante inteligencia artificial, optimizando consumo, tiempos y resultados. Todo ello conectado a través de SmartThings, que refuerza la visión del hogar completamente interconectado.

También en el segmento premium, **AEG** refuerza su apuesta por el diseño emocional y la innovación funcional con una experiencia inmersiva en Milán. La firma destaca el horno 9000 ProAssist con CamCook e inteligencia artificial, las placas de inducción Saphir-Matt, la refrigeración con AI CoolAssist y una nueva generación de lavavajillas silenciosos y eficientes, donde la conectividad y la precisión se integran en el uso diario.

Miele, por su parte, presentaba "Compact Living: Cocina modular con tecnología Hettich", un concepto que integra cocción, almacenamiento y vida en un único espacio compacto.

Un nuevo modelo de cocina global

En conjunto, EuroCucina / FTK 2026 confirma un cambio de paradigma: la cocina deja de ser un conjunto de electrodomésticos para convertirse en un sistema inteligente, donde la tecnología actúa de forma invisible, la IA optimiza cada proceso y el diseño redefine la relación entre usuario y espacio doméstico.

El futuro de la cocina ya no se mide solo en prestaciones, sino en su capacidad para adaptarse, anticipar y acompañar al usuario en su día a día.

www.salonemilano.it



Beko Europe

www.bekoeurope.com/

En EuroCucina 2026, **Beko Europe** mostró la fortaleza de su portfolio. Sus marcas líderes, **Beko** y **Whirlpool**, mostraron cómo la innovación tecnológica, el diseño integrado y la sostenibilidad están redefiniendo el espacio cocina. Bajo una visión centrada en la conectividad, la eficiencia y la experiencia de uso, ambas marcas presentaron soluciones pensadas para responder a las nuevas necesidades del hogar contemporáneo: electrodomésticos inteligentes, integración estética y tecnologías orientadas al ahorro energético y al bienestar cotidiano.

Beko

La gran protagonista del espacio de Beko fue **HomeWhiz Energy & Water Management**, una plataforma conectada que permite monitorizar en tiempo real el consumo de los electrodomésticos, ofreciendo información clara y accesible para fomentar hábitos más eficientes.

Entre las novedades destacó el **lavavajillas integrable con tecnología PowerIntense**, diseñado para maximizar el rendimiento de lavado reduciendo al mismo tiempo el consumo de agua hasta solo 5,9 litros por ciclo. La firma también puso el foco en el diseño con la evolución de **Midnight Line**, una colección de electrodomésticos integrables reconocida con el If Design Award y concebida para aportar una elegancia sofisticada y atemporal a la cocina. Dentro de esta colección sobresalen las nuevas **placas de inducción Midnight**, equipadas con tecnología Touch Direct Control+, que oculta completamente el panel de control cuando no está en uso, reforzando la sensación de "tecnología invisible". Asimismo, los **hornos Midnight** combinan conectividad WiFi HomeWhiz con la tecnología AeroPerfect, garantizando una distribución homogénea del aire y una cocción precisa, además de incorporar funciones como AirFry y Cocción 3D.



Whirlpool



Whirlpool centró su propuesta en la nueva **Colección Matt**, caracterizada por acabados mate y una estética minimalista concebida para integrarse de forma natural en las cocinas contemporáneas. Entre las principales novedades sobresale la **placa de inducción con campana integrada MattProtect**, equipada con cuatro zonas de cocción, dos FlexiZone y función booster.

Otro de los protagonistas fue el **horno con acabado Matt**, que incorpora tecnología 6° SENSE, pantalla TFT y más de 70 recetas asistidas. Además, integra funciones avanzadas como Pizza 310°, capaz de preparar pizzas en solo diez minutos, y Cook4, que permite cocinar hasta cuatro platos simultáneamente sin mezclar olores ni sabores. La colección se completa con un **horno compacto de 45 cm** y una **placa de inducción con tecnología HeatControl**, que garantiza un control preciso y constante de la temperatura para conseguir resultados uniformes en cualquier preparación.

Liebherr

www.liebherr.com



En el **Liebherr Experience Showroom**, durante el Fuorisalone 2026, la firma presentó sus últimas novedades en refrigeración.

Uno de los pilares de la presentación fue la **iluminación**, entendida como parte esencial del diseño no solo para mejorar la visibilidad interior del frigorífico, sino también para optimizar la experiencia de uso y la eficiencia energética. Sistemas como las torres LED o la iluminación adaptativa permiten una visión completa del interior, incluso con el aparato lleno, reduciendo además el tiempo de apertura y el consumo de energía.

En el terreno de producto, entre las tecnologías destacadas se encuentra el uso de dos evaporadores independientes en una misma unidad, lo que permite gestionar de forma separada el congelador (con **tecnología NoFrost**) y el frigorífico (con **control de humedad**). Este sistema evita la escarcha y mantiene los alimentos en condiciones óptimas durante más tiempo. A ello se suman soluciones como los **cajones BioFresh**, capaces de ajustar la humedad según el tipo de alimento. Otro de los avances clave es la distribución del frío mediante circuitos internos que generan distintas zonas térmicas dentro de un mismo aparato. Esta tecnología, junto con una construcción optimizada permite aumentar la capacidad útil y mejorar la eficiencia. Entre las principales novedades presentadas destacaron los nuevos modelos de refrigeración para 2026, que refuerzan el posicionamiento de Liebherr en la gama premium. La marca introduce avances en eficiencia energética y una apuesta decidida por la conectividad a través de su aplicación SmartDevice, que permite controlar funciones y temperatura de manera intuitiva.

También se dieron a conocer nuevas categorías de producto, como los **frigoríficos para bebidas integrables bajo encimera**, diseñados con control preciso de temperatura entre +2 °C y +10 °C, un diseño sin tiradores y soluciones de almacenamiento flexibles para latas y botellas. Asimismo, se presentaron **frigoríficos para exterior** preparados para soportar condiciones extremas, con un rango de funcionamiento de -10 °C a +32 °C. La propuesta se completaba con **soluciones bajo encimera equipadas con cajones VarioCool**, capaces de funcionar de manera independiente entre 0 y +16 °C, permitiendo crear distintas zonas de frío en espacios compactos.

Además, la firma ha introducido los **nuevos modelos XL y XXL totalmente integrables**, diseñados para estilos de vida más dinámicos y sociales. Estos equipos ofrecen hasta 100 litros adicionales de volumen y cajones BioFresh extra anchos, capaces de mantener los alimentos frescos hasta cinco veces más tiempo. Asimismo, la incorporación de tecnologías como IceMaker automático o sistemas NoFrost en congeladores de gran tamaño refuerza la funcionalidad en entornos domésticos donde el espacio y la versatilidad son clave.

Más allá de la innovación técnica, la marca puso el foco en la dimensión emocional del producto con sus **vinotecas**, que no solo garantizan condiciones óptimas de conservación —control de temperatura, reducción de vibraciones, protección frente a la luz—, sino que se convierten en piezas aspiracionales dentro del hogar.



Casa Decor 2026 reunió en Madrid a múltiples marcas de electrodomésticos y electrónica de consumo para presentar innovaciones en tecnología para el hogar y mostrar las principales tendencias en diseño, equipamiento y soluciones de cocina, belleza, limpieza, climatización y entretenimiento

Los electrodomésticos que definieron las tendencias en Casa Decor 2026



El edificio de Casa Decor 2026.

La **61ª edición de Casa Decor**, plataforma de interiorismo, diseño, tendencias y estilo de vida, reunió en Madrid a múltiples marcas de electrodomésticos y electrónica de consumo para mostrar las **últimas innovaciones en tecnología para el hogar** y anticipar las tendencias del sector. La exhibición se celebró del **9 de abril al 24 de mayo de 2026** en un emblemático edificio ubicado en el corazón del Barrio de las Letras, en la esquina donde confluyen las calles San Agustín y Cervantes.

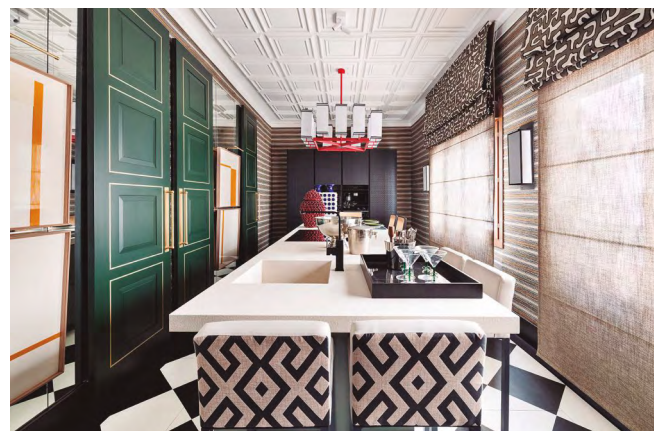
Las **marcas de electrodomésticos y electrónica presentes** en los diferentes espacios de Casa Decor 2026 fueron Siemens, AEG, Hisense, Smeg, Miele, Dreame, Ecovacs, Bang & Olufsen, Asko, Küppersbusch, Elica, Novy, Bora y WMF. Todas ellas expusieron **productos innovadores capaces de integrarse a la perfección en el diseño de interiores.**

Amplia variedad de dispositivos

Entre los **electrodomésticos de gama blanca** presentes en la exposición, hubo hornos, placas de inducción, campanas extractoras, frigoríficos, lavavajillas, lavadoras, secadoras y vinotecas. En cuanto a los **pequeños aparatos electrodomésticos (PAE)**, se mostraron principalmente productos de cocina: microondas, cafeteras, tostadoras, hervidores, gasificadoras, espumadores de leche y carbonatadores de agua. No obstante, también se incluyeron **dispositivos de cuidado personal**, como secadores de pelo, y de **limpieza**, como robots aspiradores y robots limpiacristales.

Asimismo, se exhibieron **equipos de climatización y múltiples dispositivos electrónicos orientados al entretenimiento**, como televisores, altavoces, barras de sonido, sistemas audiovisuales y proyectores láser.

www.casadecor.es



El espacio Edelmann Kitchen de Casa Decor 2026.

En reciclaje de RAEE, presente en la Feria de la Ciencia 2026

RAEE Andalucía participó a primeros de mayo en la Feria de la Ciencia de Sevilla en cuyo stand mostró la dualidad narrativa, "el gato de Schrödinger de los RAEE". Su premisa: que un residuo puede ser basura contaminante o un tesoro reciclable según la gestión que se le dé.



Bosch, en Enerxétika 2026

Bosch Home Comfort estuvo presente en dos de los principales foros de la feria Enerxétika 2026, celebrada entre los pasados 25 y 27 de marzo en Silleda (Galicia). En concreto, participó en la Jornada de Descarbonización y Competitividad Industrial, organizada por la Asociación Nacional de Empresas de Servicios Energéticos (ANESE), y en la sesión enmarcada en la Ruta CAE de AE3, centrada en la eficiencia energética del sector conservero. La feria Enerxétika se reafirmó en esta edición como punto de encuentro de referencia para el sector energético gallego.

El retail español, protagonista en Shoptalk Europe

Shoptalk Europe contará por primera vez en su próxima edición, que se celebrará del 9 al 11 de junio de 2026 en Fira Gran Via Barcelona, con una sesión íntegramente en castellano, dedicada al mercado español. Bajo el título "Impulsar la innovación y potenciar el crecimiento en España", el panel tendrá lugar el miércoles 10 de junio de 9:50 a 10:30 h, y reunirá a directivos del sector retail de las marcas españolas Majorica, MiiN Cosmetics y Grupo IskayPet, que compartirán su enfoque sobre la localización, la combinación de canales, el posicionamiento de marca, la fidelización de clientes y la excelencia operativa para competir en un mercado en transformación.

La cafetería más pequeña del mundo

De'Longhi presentó «La cafetería más pequeña del mundo» en la Milan Design Week 2026, del 21 al 26 de abril, una colaboración histórica con el maquetista Simon Weisse, conocido por sus trabajos en miniaturas para cineastas como Wes Anderson, Luca Guadagnino y Wim Wenders. Así, cinco intrincadas fachadas en miniatura inspiradas en lugares emblemáticos del café en París, Tokio, Milán, Copenhague y Berlín se expusieron montados sobre las máquinas superautomáticas de De'Longhi, como una demostración física de que la experiencia de café inmersiva que la gente desea puede recrearse en casa.



Bang & Olufsen participa en la Milan Design Week

Bang & Olufsen y Antolini aprovecharon la Milan Design Week 2026, celebrada entre los pasados 20 y 26 de abril, para presentar en primicia el nuevo altavoz para exteriores Beosound Haven. Este sofisticado producto protagonizó una instalación en la tienda insignia milanesa de Antolini, marca italiana referente en piedra natural. Asimismo, este proyecto estaba basado en un compromiso compartido por la artesanía, la innovación y la experiencia sensorial.



Junio

4/7

Seúl (Corea del Sur)

SOFURN & LIFESHOW 2026

Feria de diseño de interiores, electrodomésticos, muebles y productos de belleza.

<https://sofurn-eng.imweb.me/>

9/11

Málaga (España)

DIGITAL ENTERPRISE SHOW

Congreso sobre IA y tecnologías para empresas.

www.des-show.com/es

16

Madrid (España)

CONGRESO DE BIENES TECNOLÓGICOS DE CONSUMO DE AECOC

Encuentro profesional de retail y e-commerce.

www.aecoc.es

19/21

Varsovia (Polonia)

ELECTRONICS SHOW

Feria internacional de electrónica de consumo y tecnologías aplicadas al hogar.

www.electronics-show.com/en

22/25

Sao Paulo (Brasil)

ELETROLAR SHOW

Salón internacional de electrodomésticos y electrónica de consumo.

<https://eletrolarshow.com.br/>

29/1 julio

Buenos Aires (Argentina)

ELECTRONICS HOME ARGENTINA

Feria de negocios de artículos para el hogar, electrodomésticos, telefonía y consumo.

www.electronicshomeargentina.com

Julio

1/3

Taoyuan (Taiwán)

International Conference ICCE-TW

Encuentro profesional de tecnología de consumo, centrado en la inteligencia artificial.

www.icce-tw.org

17/20

Ahmedabad (India)

VIBRANT INDIA

Salón profesional de electrodomésticos y artículos para el hogar.

www.vibrantindiafair.com

Agosto

5/8

Manila (Filipinas)

WORLD OF CONSUMER ELECTRONICS EXPO (WOCEE)

Feria profesional de electrónica de consumo y nuevas tecnologías.

www.wocee.ph

5/7

Jakarta (Indonesia)

ELECTRONICS & SMART APPLIANCE EXPO (IEAE)

Salón profesional de electrónica de consumo y electrodomésticos inteligentes.

www.ieae.co.id

6/8

Almaty (Kazakhstan)

HOMETECH & ELECTRA

Feria profesional de electrónica de consumo y electrodomésticos.

<https://hometechelectra.com/en/>

Septiembre

3/20

Bogotá (Colombia)

FERIA DEL HOGAR

Exposición de muebles, electrodomésticos y estilo de vida para minoristas y familias.

www.feriadelhogar.com

4/8

Berlín (Alemania)

IFA BERLIN

Feria B2B líder en electrodomésticos, electrónica de consumo, innovación y tecnología.

www.ifa-berlin.com

16/18

Bengaluru (India)

ELECTRONICA INDIA

Salón profesional de componentes, semiconductores, sistemas y soluciones electrónicas.

www.electronica-india.com/en

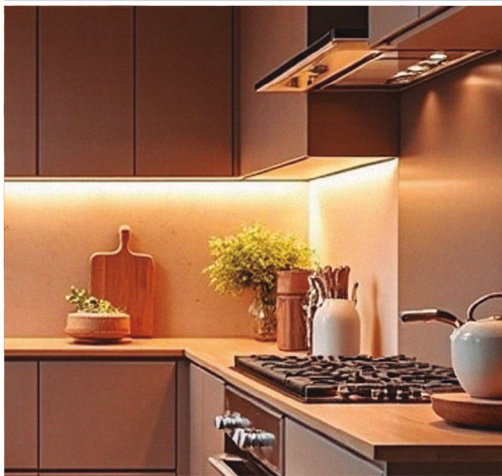
NOTA: La información contenida en este calendario podría sufrir cambios como consecuencia de las cancelaciones y traslados de fechas de última hora. Aconsejamos confirmar los datos con los organizadores.



COCINA INTEGRAL



Cocinas que cuentan
tu historia



Cocinas que inspiran
tu vida





SOGO®

Human Technology

-SINCE 1981-



SS-10935

Freidora de aire

Control visual, resultados perfectos



Ventana de visualización para un mejor control de la cocción y mejores resultados



POTENCIA



CESTA DE CRISTAL



FUNCIONES PREDEFINIDAS



LUZ INTERIOR



PANEL DE CONTROL TÁCTIL

