



FOTO: JATA

Campaña navideña

BUENAS EXPECTATIVAS PARA LA CAMPAÑA DE NAVIDAD

El sector espera una campaña navideña muy positiva, impulsada por la buena evolución de la economía española, el optimismo de los consumidores y el interés que éstos demuestran por la innovación, las nuevas tecnologías, la eficiencia y el ahorro. No obstante, las marcas saben que el consumidor actual es más analítico y menos impulsivo, por lo que se informa mucho antes de realizar una compra, compara precios y se espera a las posibles ofertas.



FOTO: FRANKE

La campaña navideña de este año tiene muy buena pinta. Al menos ésta es la impresión que nos queda tras consultar a los fabricantes de electrodomésticos y productos electrónicos.

“Los datos actuales del PIB hacen que las previsiones sean positivas para el final del año, sumado al crecimiento que se observa en el mercado con respecto al año anterior. Esto nos hace pensar que serán unas Navidades de consumo”, afirma Celia Hernández Grao, Content Manager de PAE de Grupo BSH.

Igualmente, Adrià Pascual, SYS Country Head de Asus España, señala que “España lidera el crecimiento económico de Europa, con una inflación contenida y una bajada en los tipos de interés, lo que nos hace prever una campaña centrada en el consumo”.

Asimismo, Vilma Otero, Directora de Marketing de iRobot España, adelanta que “esta campaña estará marcada por un repunte moderado del consumo, tras varios trimestres de crecimiento sostenido en España”. “Según los últimos datos del INE, las ventas minoristas crecieron un 4,5% interanual en agosto de 2025. Y el gasto de los hogares continúa al alza, con un incremento de casi 2.600 millones de euros en el segundo trimestre del año respecto al anterior. Es decir, el consumo se mantiene activo, aunque con un ritmo más prudente que en años anteriores”, explica.

Pero tampoco podemos soslayar que en el horizonte se ciernen algunos nubarrones que generan incertidumbre. “Nos encontramos en un año convulso por motivos como guerras, aranceles, etc. Y la inestabilidad siempre genera moderación en el gasto”, advierte Daniel Isus, Director Comercial de Ersax Trade, distribuidora de las marcas Engel y Youin.

En cualquier caso, Cristina Esandi, Directora de Marketing de Jata, considera que “aunque el contexto económico y político sea complejo, la realidad demuestra que el consumo emocional tiene un gran peso en estas fechas”. De hecho, recalca que “según los últimos datos, el gasto medio por hogar en Navidad crecerá un 3,2% este año, impulsado por el deseo de celebrar y regalar”.

Consumo analítico, racional y responsable

Como vemos, las perspectivas para esta Navidad son positivas. No obstante, los fabricantes detectan que el consumidor afronta esta campaña con una visión más analítica y responsable, que refrena el impulso. “En los últimos años hemos observado un crecimiento sostenido del gasto durante la campaña navideña, pero también un cambio en el comportamiento del consumidor. Las compras se realizan con mayor planificación y criterio, priorizando la relación calidad-precio y buscando productos que ofrezcan valor a largo plazo. Además, se detecta una tendencia

a anticipar las compras, especialmente en torno al Black Friday o Cyber Monday, cuando el consumidor aprovecha las promociones para adelantar adquisiciones importantes”, explica Manuel Royo, Director de Marketing de Beko Europe en España.

Asimismo, Elena García, Directora de Ventas de Garsaco, propietaria de la marca Váline y GSC Evolution, reseña que “el consumo continúa al alza, pero los consumidores son más pacientes y no compran tanto por impulso, sino que meditan sus compras y aprovechan fechas de descuentos como el Black Friday”. De este modo, considera que la campaña de Navidad arranca realmente en noviembre, “ya que muchos consumidores aprovechan estas fechas para adquirir los regalos de Navidad a un mejor precio”.

En esa misma línea, Álvaro Martínez, PR Manager de Roborock en España y Portugal, augura una campaña “marcada por la búsqueda del ahorro, con un consumidor más selectivo y racional, que busca el equilibrio entre precio, calidad e innovación”. Por eso, destaca la importancia del Black Friday y los días previos a Reyes como momentos clave para las ventas, “lo que refleja una tendencia hacia compras planificadas y decisiones inteligentes”. Sin embargo, insiste en que “esta cautela no implica una disminución total del consumo, sino una mayor exigencia”.

FOTOS: BSH



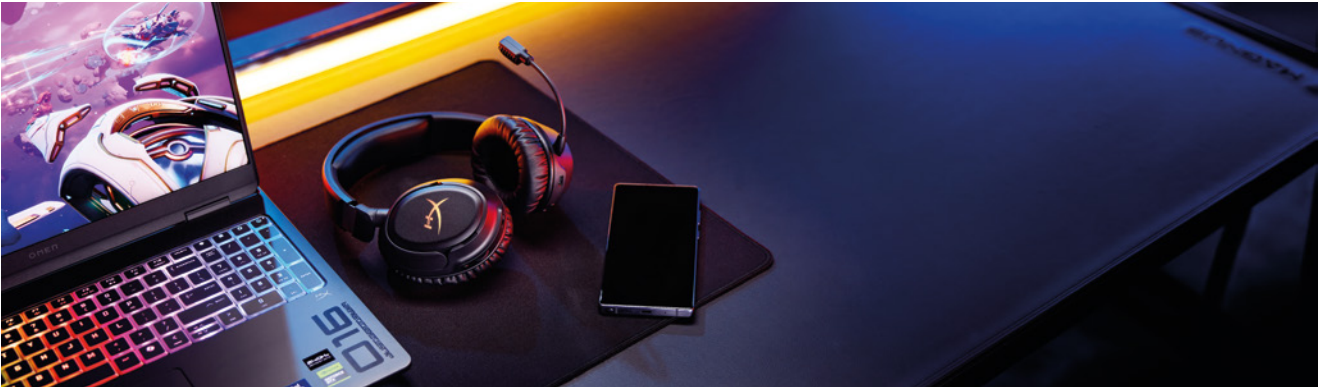


FOTO: HP

María Ángeles Tarifa, Country Manager de Severin, también destaca que "el cliente espera al momento de más descuento, que suele ser el Black Friday", Aunque hace hincapié en que "la promoción va perdiendo temporalidad y el cliente busca constantemente el mejor precio". Así pues, apunta que "acciones comerciales como el Black Friday o las Navidad animan al impulso, pero, sin duda, el ahorro es el que define el momento de compra aspiracional".

Igualmente, Verónica Catediano, PR Manager de SPC, prevé "una campaña marcada por un equilibrio entre la búsqueda de ahorro y el incentivo al consumo". "Por un lado, el contexto económico impulsa a muchos consumidores a planificar sus compras y aprovechar promociones fuertes como las del Black Friday. Por otro, la Navidad mantiene su componente emocional y aspiracional, con compras vinculadas a regalos y momentos familiares", puntualiza.

En una dirección similar, Cecotec observa que "muchos consumidores están adoptando un enfoque más consciente respecto a sus gastos". "Dedican tiempo a buscar promociones y descuentos que les permitan maximizar su presupuesto, lo cual es una respuesta lógica ante un contexto económico que, aunque muestra crecimiento, continúa lidiando con la inflación", aclara.

Francesca de Santis, General Manager Iberia de Elica, también vaticina "una campaña caracterizada por un consumo racional, motivado por la innovación". "Los consumidores buscan productos que representen una inversión inteligente, combinando eficiencia energética, tecnología útil y diseño de vanguardia".

La Directora de Marketing de iRobot España coincide con ella y usa exactamente el mismo concepto a la hora de definir la tendencia del mercado para esta campaña navideña: "consumo racional". "Los compradores valoran la calidad, la eficiencia y la durabilidad de los productos que adquieren. No creemos que necesariamente se vaya a comprar más, pero sí mejor. Por ejemplo, buscan tecnología que aporte comodidad y les libere de tareas cotidianas, en categorías de equipamiento del hogar. La clave estará en ofrecer propuestas de valor claras, productos que justifiquen la inversión y se perciban como aliados a largo plazo", detalla.

Mario Mateos, Gerente de Quatrotec, propietaria de la marca Smartgyro, también prevé una campaña "más marcada por el ahorro y la compra racional que por un impulso al consumo". "Aunque los consumidores mantienen la intención de celebrar y regalar, lo harán con mayor planificación, buscando ofertas, valor y utilidad real en los productos", agrega.

José Ramón Fernández, Business Manager Consumer & Channel Sales de Epson Iberia, habla de un "consumo responsable". "El consumo irá siempre acompañado de un buen análisis de qué comprar, por qué comprarlo y para qué comprarlo. Es decir, que se apostará por productos que aporten un valor añadido y ahorro sostenido en el tiempo, además de demostrar su eficiencia y reducción de impactos", comenta.

Por su parte, Ana Ferreira, Head of Brand Iberia de Miele, introduce el concepto "consumo inteligente". "Apostamos por invertir en calidad, durabilidad y eficiencia. Más que fomentar el consumo impulsivo, buscamos inspirar al consumidor a elegir

con criterio, premiándose con aquello que mejora su día a día y que aporta bienestar al hogar".

De forma parecida, Borja Vilanova, responsable de Marketing de Franke Iberia, se refiere a un "consumo consciente", que prioriza "la calidad, el diseño y la durabilidad por encima del precio". "Más que fomentar el consumo impulsivo, buscamos promover una inversión inteligente y duradera, alineada con un estilo de vida responsable", aclara.

Y "consumo consciente" es también lo que espera B&B Trends, propietaria de marcas como Ufesa. "La campaña se caracterizará por un equilibrio entre el ahorro y el consumo consciente. Por un lado, el contexto económico impulsa a los consumidores a buscar ofertas, descuentos y productos con buena relación calidad-precio. Sin embargo, también se mantiene una intención de compra durante el periodo navideño. Esto se traduce en un consumidor que planifica más sus compras, pero que sigue dispuesto a invertir en productos que aporten valor, durabilidad y funcionalidad", subraya.

Top ventas en Navidad

La Navidad impulsa la venta de la mayoría de electrodomésticos y productos de electrónica de consumo, pero siempre hay determinados aparatos que funcionan especialmente bien. Éstos serán algunos de los que más sobresaldrán en esta campaña.

PAE de cuidado personal. Se trata de una de las categorías que mejor funciona en estas fechas. Seguro que muchos de los regalos que dejarán este año Papa Noel y los Reyes Magos contendrán este tipo

ASUS



ASUS ExpertBook P5 La IA redefine el trabajo



Domina tus
reuniones con ASUS
AI ExpertMeet



Chasis de
aluminio elegante
y ligero de 1,29 kg



Seguridad de
nivel empresarial



Descubre la potencia de ASUS con Intel Inside®
Procesador Intel® Core™ Ultra 7

MÁS INFO



de aparatos. “Los productos vinculados al autocuidado y la belleza siguen siendo una apuesta segura en las campañas de Navidad. El consumidor actual dedica cada vez más atención al bienestar personal. El mercado global del personal care creció un 6,4 % en 2024”, anota la Directora de Marketing de Jata.

Maria José Barboza, Head Marketing Southern Europe de Spectrum Brands, propietaria de marcas como Remington o Russell Hobbs, cree que los productos que destacarán esta Navidad serán aquellos que combinen innovación, diseño y funcionalidad y que aporten un valor añadido real al consumidor. “Las categorías de cuidado personal, pequeño electrodoméstico de belleza y productos multifunción siguen siendo grandes protagonistas, especialmente aquellos que aportan tecnología, estética y resultados profesionales en casa”, afirma.

“En cuidado femenino, los productos de cuidado del cabello siempre son una apuesta fuerte. La Navidad es un momento donde los consumidores buscan regalar algo con más prestaciones, parecen estar más receptivos a la innovación y más interesados por hacer regalos diferentes, sorprendentes, siendo muy buscadas las planchas de cabello y los secadores”, especifica. Por ejemplo, deposita toda su confianza en su colección AIRvive, que incluye secador digital, moldeador de aire, rizador automático y plancha de

FOTO: SMARTGYRO-QUATROTEC



cabello. “Esta gama combina un diseño premium con tecnología de aire ionizado, que libera un flujo de aire controlado con microacondicionadores para conseguir un cabello más suave, brillante y sin encrepamiento”.

Asimismo, Cecotec recalca que los dispositivos de cuidado personal son “regalos muy recurrentes en esta época”. Por ejemplo, destaca aquellos productos que permiten realizar múltiples peinados fácilmente con un solo dispositivo, como los moldeadores multifunción AirGlam; o los aparatos que simplifican las rutinas de peinado, como los aparatos que ayudan a pasar de un pelo mojado a liso y seco en una pasada, como las planchas AirLisse o el cepillo de aire Air DryBold Elite.

Igualmente, Taurus augura una buena campaña para moldeadores de pelo con múltiples accesorios y secadores con motor digital. Ufesa señala que “los productos orientados al autocuidado, desde secadores con la última tecnología hasta moldeadores, se consolidan como una de las categorías más deseadas, reflejando el interés de los consumidores por invertir en su bienestar”. La Country Manager de Severin, también tiene buenas expectativas para su gama de cuidado personal S-Style. Y Esandi confía en los secadores con motor BLDC de alto rendimiento de Jata.

Por otro lado, Cecotec espera una buena Navidad para los productos de skin care con tecnologías antienvjecimiento, calmantes o revitalizando, como sus masajeadores faciales o antiojeras.

En cuanto a cuidado masculino, Barboza apunta que “las fiestas navideñas son un buen momento para hacer un regalo que renueve o que aporte más beneficios de los que tenían el producto que se usaba hasta el momento”, como máquinas de afeitar y kits multifunción.

PAE de hogar. Barboza tiene buenas expectativas para los productos planchado de ropa. Especialmente, los sistemas de planchado vertical con vapor, como los incluidos en su serie Steam Genie. Pero también los equipos de planchado tradicional o accesorios para el cuidado de las prendas, como sus aparatos quitapelusas. Asimismo, Ufesa anota que productos como “aspiradoras o planchas de vapor mantienen su atractivo, al facilitar tareas cotidianas con mayor eficiencia”.

Cecotec también destaca el potencial de la categoría de aspiración. “Los productos de aspiración son otro gran reclamo en Navidad, predominando ahora el interés por aspiradores verticales y robots aspiradores que facilitan las labores de limpieza con IA, funciones de autovaciado y otras prestaciones de vanguardia”, explica la compañía. Por eso, espera que sea una buena Navidad para su gama Conga.



FOTO: BEKO



FOTO: TAURUS

HOLA SUAVIDAD, BRILLO Y LUMINOSIDAD.



El
**SECADOR DE
PELO
SEVERIN
S-STYLE
SPEED PRO**

HELLO POSSIBILITIES
SEVERIN

La Directora de Marketing de iRobot España cree que “la tecnología doméstica será una de las grandes protagonistas en esta Navidad”. “Muchos usuarios buscan soluciones que les ayuden a simplificar su día a día ahorrar tiempo”. Así pues, considera que dispositivos inteligentes y conectados, como sus robots de limpieza, estarán entre los productos más demandados. Además, prevé que tendrán muy buen recorrido “aquellos productos que integren capacidades como la inteligencia predictiva o la compatibilidad con los principales ecosistemas domésticos, como Alexa, Google Assistant y Apple Home, ya que los usuarios quieren dispositivos que se adapten a sus rutinas y que puedan funcionar de forma completamente autónoma, sin necesidad de intervención manual”. De este modo, espera una gran campaña para su nueva línea de robots Roomba 2 en 1 (aspiración y fregado), que se ha reorganizado en tres niveles (Roomba, Roomba Plus y Roomba Max), con el fin de facilitar la elección al usuario, según su estilo de vida y presupuesto. En particular, destaca su modelo más avanzado, el Roomba Max 705 Combo, con base Autowash, autovaciado de residuos y recarga del depósito de agua. “Podría convertirse en uno de los grandes protagonistas de la campaña navideña, ya que se trata de un periodo en el que muchos consumidores aprovechan para invertir en productos de mayor valor o para renovar equipos en el hogar”, declara.

El responsable de Roborock coincide con ella. “Los consumidores buscan soluciones que les ahorren tiempo y mejoren la calidad de vida. En este contexto, los robots aspiradores se consolidan como protagonistas, pasando de ser simples dispositivos de limpieza a verdaderos asistentes domésticos inteligentes, capaces de reconocer objetos, evitar obstáculos y, en los modelos más avanzados, realizar tareas complejas gracias a la integración de IA y robótica”, anota Martínez. La firma confía especialmente en su modelo SarosZ70, con brazo robótico Omni-grip, que permite recoger objetos y limpiar zonas difíciles; y Qrevo S5V, que combina aspiración, lavado y secado, así como vaciado automático del polvo y llenado del depósito de agua.

Y esta Navidad también se prevé una evolución positiva de la venta de aspiradores verticales. El PR Manager de Roborock espera una buena campaña para el aspirador vertical F25 Ultra, que combina limpieza en seco y vapor a 180 °C. Igualmente, la Country Manager de Severin confía en su gama de aspiradores verticales S-Power.

PAE de cocina. “Los pequeños electrodomésticos de cocina que facilitan la vida diaria están consolidando su espacio en los hogares. La combinación de falta de tiempo, interés por una alimentación más saludable y la búsqueda de regalos prácti-



FOTO: FUJIFILM

cos y duraderos convierten estos productos en imprescindibles”, apunta Esandi. Además, hay que tener en cuenta que se trata de una época donde muchas de las celebraciones giran en torno a una mesa, por lo que el PAE de cocina volverá a tener gran protagonismo. Por ejemplo, la Directora de Marketing de Jata destaca que sus planchas son “un clásico que nunca



FOTO: ELICA

falla”. “La cocina sigue siendo un espacio de encuentro. Cocinar con ellas se convierte en un momento para disfrutar, compartir y regalar bienestar”, comenta.

Cecotec cree que los robots de cocina multifuncionales, como su Mambo Cooking Total Gourmet, “continuarán encontrándose entre las listas de deseos de muchas personas, por volver la preparación de todo tipo de comidas en un proceso cada vez más rápido y simple”.

Asimismo, la Content Manager considera que funcionarán muy bien tanto las batidoras de vaso como las licuadoras, “impulsadas por la moda de los smoothies y la alimentación saludable”.

Por su parte, la responsable de Spectrum Brands señala que la categoría de desayuno también despierta interés como regalo en estas fechas, tanto por su funcionalidad como por su estética. Catherine López, Marketing Manager de Smeg, opina igual que ella. “Los pequeños electrodomésticos que combinan diseño y funcionalidad seguirán siendo los pro-

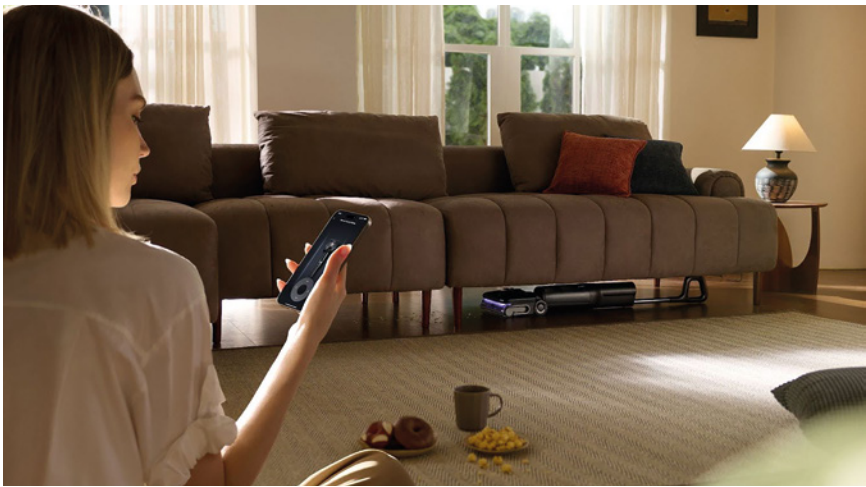


FOTO: ROBOROCK

tagonistas. Los consumidores buscan piezas con valor estético, materiales de calidad y utilidad real en su día a día. Tostadoras, cafeteras y batidoras en tonos mate o pastel marcarán tendencia, junto con productos que integren innovación y diseño para elevar cualquier espacio del hogar”, especifica. Por ejemplo, la compañía tiene grandes expectativas para su línea 50's Style. “Su estética inconfundible

y su amplia gama cromática convierten cada pieza en una auténtica declaración de estilo”, comenta. Y este año completa su oferta con la nueva colección Porsche x Smeg, en colaboración con la firma automovilística.

Igualmente, Barboza destaca la nueva colección Brontë de Russell Hobbs, con cuerpo de plástico plisado y disponible

KitchenAid

NUEVA BATIDORA DE VASO PURE POWER

— TOMA EL CONTROL —

Distribuidor en España:
River International S.A.
www.riverint.com
contacto@riverint.com

FOTO: SMEG



en 2 colores, negro y piedra; y Hanley con cuerpo de acero lacado en mate jazmín o azul retro y acabados cromados, “al más puro estilo de los dinner o jukebox de los años 60”, anota. Y también se han actualizado los colores de la colección Colours Plus, con tonos como jazmín o moca.

Por otro lado, la responsable de Garsaco señala que productos como la vinoteca Valnes de Väline puede ser “una compra o regalo perfecto”. Igualmente, De Santis confía en el buen comportamiento de la vinoteca Elica Veritas BI24 en esta campaña, gracias a su combinación de tecnología, diseño y acabados premium, que “la convierten en un elemento decorativo para la cocina”, apunta.

Cafeteras superautomáticas. Capítulo aparte merecen las cafeteras superautomáticas, que son uno de los productos que más interés despiertan entre los consumidores. A buen seguro, estarán en muchas cartas a los Reyes Magos. “Para los más sibaritas, nuestras máquinas de café automáticas siguen marcando la diferencia. Están diseñadas para reproducir la perfección de un barista profesional con solo pulsar un botón”, afirma la responsable de Miele.

Igualmente, Cecotec señala que “son una opción muy llamativa, por ofrecer una experiencia de café gourmet recién molido en casa”. “Con diseños cada vez más compactos, incluyen opciones de personalización para preparar desde un espresso al gusto hasta un capuccino perfecto

con solo presionar un botón”, explica. Un ejemplo de ello es su cafetera Cremaet Cube.

“Están ganando terreno como regalos prácticos”, coincide Ufesa. “Las cafeteras de nueva generación siguen destacando por su capacidad para ofrecer una experiencia premium en casa, algo que los consumidores valoran cada vez más”, añade.

Y tampoco podemos olvidarnos de las cafeteras de cápsulas, que continúan teniendo un hueco importante en el mercado. “Las cafeteras de cápsulas y las superautomáticas son regalos populares y, además, productos de uso diario”, comenta la portavoz de BSH.

Freidoras de aire. Dedicamos un punto específico a la freidora de aire porque es uno de los productos más vendidos de la familia de PAE de cocina en los últimos años. “Creemos que van a destacar las freidoras de aire, ya que siguen siendo las estrellas en el mundo de la preparación de alimentos por su practicidad y tendencia hacia una cocina más saludable”, reseña la responsable de BSH.

Cecotec señala que los nuevos formatos y funcionalidades “marcan el inicio de una era de renovación de los modelos más básicos. “Ya no solo se trata de cocinar con el mínimo aceite, sino que esta ventaja también se ve potenciada por características premium que consiguen resultados excelentes y mejoran la experiencia de

uso. Algunos ejemplos incluyen la suma de cubetas y hasta cuatro resistencias en un solo dispositivo, nuevos modos de cocción o accesorios innovadores, entre otros, que permiten preparar varios platos a la vez o potenciar el sabor de los alimentos con un toque ahumado”, como sus aifryers Cecofry&Grill Duoheat, Cecofry DuoLevel o Cecofry&Grill Smokin'Prime.

Taurus también prevé que esta Navidad funcionarán muy bien las freidoras de aire compactas, pero con capacidad para toda la familia y variedad de programas. Y lo mismo opina la Directora de Ventas de Garsaco. “En un contexto en el que el tiempo y el espacio se valoran más que nunca, los consumidores priorizan soluciones prácticas que simplifiquen su día a día y contribuyan a su bienestar. Por ello, los productos que combinan funcionalidad y diseño y que, además, invitan a tener hábitos saludables, volverán a destacar en esta temporada”. Por ejemplo, espera que la freidora Assane de su marca Väline esté entre los artículos más demandados.

Telefonía y wearables. La Navidad es un momento propicio para cambiar de móvil. De hecho, son muchos los consumidores que esperan las ofertas de Black Friday y Cyber Monday para intentar comprar ese terminal al que le han echado el ojo con algún descuento.

FOTO: GARSACO



Nueva gama de calentadores Bosch

Los nuevos **calentadores Therm 6600 SR** de agua a gas aportan innovación, tecnología y confort, con un diseño exclusivo de Bosch, display y botones intuitivos para un fácil control.

Cuentan con tecnología de combustión de última generación patentada por Bosch, además de una gran facilidad y flexibilidad de instalación en el caso de reemplazo de equipos existentes.

Elevado confort gracias al agua caliente instantánea y estabilidad de temperatura.

www.bosch-homecomfort.es



Home Comfort Group

El portavoz de Asus vaticina que los smartphones con inteligencia artificial (IA) generativa local serán uno de los productos más demandados. Por su parte, la PR Manager de SPC considera que los clientes buscarán smartphones de gama media, pero con grandes prestaciones. Y también cree que es un buen momento para los dispositivos para mayores, teléfonos sencillos y con servicios como SPC Care, una app de ayuda a distancia que permite que los familiares controlen en remoto el aparato de la persona mayor, pero sin invadir su autonomía. “La categoría sénior está en crecimiento constante, con gran aceptación entre los consumidores que buscan tecnología fácil, útil y accesible”, detalla.

La Navidad también es una buena época para la venta de dispositivos como auriculares inalámbricos o altavoces bluetooth, perfectos para disfrutar de los contenidos audiovisuales reproducidos a través de los smartphones. Y no podemos olvidarnos del universo de productos en torno a estos dispositivos, como carcasas, fundas, protectores de pantalla, cargadores, etc.

Los smartwatches, relojes deportivos y smartbands también volverán a estar entre los más buscados por los consumidores este año. Cada vez son más los usuarios que llevan este tipo de dispositivos cuantificadores, que les permiten monitorizar toda su actividad: pulsaciones, oxígenos en sangre, regularidad del

sueño, entrenamientos, ciclo menstrual, etc. Además, habrá que estar atentos a la evolución de los anillos inteligentes, que son la última irrupción relevante en esta categoría.

En esta familia se incluyen también los relojes infantiles, “dispositivos que facilitan la configuración y control parental”, indica Catediano. “Esta gama se consolida como una opción de regalo responsable y segura para las familias que quieren introducir tecnología de forma progresiva y controlada”, explica la responsable de SPC. Así pues, estos relojes permiten la conexión de los más pequeños con sus familiares y amigos, a la par que sus padres pueden saber en todo momento dónde se encuentran, gracias a su función GPS. Todo ello, protegiéndolos de llamadas de desconocidos mediante la gestión de la agenda de contactos desde la propia aplicación del reloj.

Informática. “La IA será, sin duda, el motor que impulse los productos más relevantes esta temporada. Veremos cómo la IA se integra de manera natural en dispositivos de consumo y profesionales aportando eficiencia, personalización y nuevas formas de interactuar. El consumidor busca soluciones que simplifiquen su día a día, y los productos que integren IA para automatizar tareas, optimizar recursos o anticiparse a las necesidades del usuario serán los que marquen la diferencia. En este contexto, tanto la electrónica de consumo como los equipos profesio-

FOTO: ASUS



nales con IA integrada ganarán protagonismo, porque ofrecen un valor añadido tangible y mejoran la experiencia global”, pronostica José Luis Arranz, Director de Comunicación de HP Iberia. Por ejemplo, destaca sus AI PC. “Son dispositivos más potentes, energéticamente eficientes y con capacidad de aprendizaje continuo, que se adaptan al uso de cada persona, automatizan tareas y elevan la productividad”, comenta.

Igualmente, Patricia Núñez, PCSD Leader de Lenovo Iberia vaticina que entre los productos más destacados en esta época sobresaldrán “aquellos capaces de integrar de forma natural IA en la experiencia de uso”. “La IA está evolucionando rápidamente de ser una funcionalidad complementaria a convertirse en el corazón de los dispositivos. El futuro inmediato pasa por equipos que procesen la IA de forma híbrida, combinando la potencia de la nube con el procesamiento local gracias a unidades de procesamiento neuronal dedicadas”, detalla.

Pascual también prevé que “los dispositivos de electrónica de consumo con funciones basadas en IA tendrán un gran protagonismo”, como los ordenadores equipados con Copilot o con NPU dedicadas. Por ejemplo, destaca sus ordenadores Vivobook 16 y S16, los Zenbook A14 o el ProArt P16, ideal para artistas y creadores de contenido.

Por otro lado, la responsable de Lenovo considera que “la tendencia multidispositivo será clave”. Con ello se refiere a “portátiles y tablets capaces de adaptarse dinámicamente al contexto de uso, ofreciendo al usuario la libertad de trabajar, crear o comunicarse desde cualquier lugar con la misma calidad y rendimiento”.



FOTO: CECOTEC

Por ejemplo, habla de la tecnología Smart Connect de Lenovo, “una solución de ecosistema unificado que convierte el PC, tablet y smartpone en un único entorno fluido, que permite emparejar y controlar dispositivos, buscar y compartir archivos de forma instantánea, transmitir aplicaciones Android al PC, usar la tablet como segunda pantalla o incluso aprovechar el móvil como webcam”. “Lo que pretende es eliminar las barreras entre pantallas y ofrecer a los usuarios una conectividad sin interrupciones para trabajar, crear o disfrutar de contenido desde cualquier lugar”, especifica.

En el caso de las tablets, TCL detecta un “creciente interés en dispositivos que combinan innovación, sostenibilidad y diseño”. Por ejemplo, se detiene en avances como sus pantallas con tecnología ‘Nxtpaper 3.0’, similar a la de los e-reader, “que ofrece una experiencia de visualización 2x1, para una lectura más cómoda y que reduce la fatiga visual”; así como la incorporación de “las últimas innovaciones con IA para una tablet eficiente y pensada para la productividad”.



FOTO: JATA

NUEVA GAMA DE PLANCHAS DE VAPOR OMNIA

Desafía cualquier arruga

3450 W

Potencia máxima hasta 3450W*

300 g

Golpe de vapor hasta 300g*

Pantalla digital*

Doble suela cerámica DualGlide*

Marca la diferencia en tu tienda con lo último en cuidado de la ropa.

DISEÑADO EN ESPAÑA

*Las características varían según el modelo, no son comunes a toda la gama. Descubre más en ufesa.es

ufesa
Feel like home

FOTO: IROBOT



El responsable de Asus también prevé que “los productos orientados al teletrabajo y a la colaboración híbrida seguirán teniendo un papel clave, especialmente las webcams con IA para encuadre automático, los sistemas de cancelación de sonido avanzada, los monitores OLED de alta frecuencia y los equipos informáticos para crear y compartir contenido”.

Asimismo, la Navidad también es un buen momento para equiparnos con una impresora o renovar la que ya tenemos. Y aquí también llega la IA. “Hemos incorporado IA en soluciones de impresión inteligente, que optimizan automáticamente el consumo de tinta y papel, anticipan mantenimiento y mejoran la sostenibilidad de los procesos”, anota el Director de Comunicación de HP Iberia.

Igualmente, el representante de Epson cree que muchos consumidores aprovecharán para “cubrir necesidades en el hogar (teletrabajo, estudios o entretenimiento) o en el trabajo”, por lo que espera una buena campaña para sus impresoras. “No hay más que ver la tendencia al equilibrio entre materiales digitales y analógicos que proponen las escuelas para entender por qué. Si atendemos a esa oportunidad de reaccionar a la necesidad de gestionar documentación en papel, la impresora vuelve a ser un gran compañero de viaje”, afirma. De este modo, confía plenamente en sus equipos multifunción EcoTank, una

apuesta decidida por el ahorro y la sostenibilidad gracias a su depósito de tinta rellenable.

Y en esta categoría también incluimos todos los periféricos y accesorios que podemos encontrar en las tiendas y que seguro que tendrán un gran protagonismo: teclados, ratones, maletines y mochilas de transporte para portátiles, fundas para tablets, cables, etc.

Videojuegos. El Gerente de Quatrotec prevé que las consolas, videojuegos y sus accesorios serán algunos de los productos que liderarán las ventas esta Navidad, “impulsados por el crecimiento del sector gaming y la búsqueda de entretenimiento en casa”.

“Creemos que los productos más destacados serán los relacionados con el sector de los videojuegos, debido al reciente lanzamiento de consolas portátiles con Windows, como la ROG Xbox Ally; la Nintendo Switch 2; o los ordenadores equipados con las nuevas tarjetas gráficas RTX500”, coincide el responsable de Asus.

La Nintendo Switch 2 está llamada a ser la videoconsola portátil más demandada esta Navidad. Sin embargo, la pugna por ser la plataforma más vendida va a ser muy dura, ya que todavía son muchos los gamers que prefieren la opción de sobre-

mesa y la potencia que ofrece PlayStation 5. Todo ello, sin olvidarnos de los muchos usuarios que apuestan por los potentes ordenadores de gaming.

Al margen del hardware, la Navidad es un momento ideal para regalar videojuegos, tanto en su versión física como digital, a través de las tarjetas regalo canjeables en las tiendas virtuales de cada plataforma. Y también es una época en la que se venden muchos accesorios, como mandos, sillas gaming, etc.

Imagen y sonido. La celebración del Mundial de fútbol este verano animará la venta de televisores en Navidad. “Esta campaña estará dominada por la tecnología de gran formato y la experiencia inmersiva en el hogar. Los consumidores buscan disfrutar del mejor entretenimiento sin salir del salón. Eso impulsa categorías como los televisores premium QD-Mini LED, los dispositivos de visualización avanzada y los equipos conectados para el hogar inteligente”, apunta TCL.

Asimismo, el Director Comercial de Ersax Trade afirma que el top ventas de la marca Engel en estas fechas son los televisores, “especialmente la categoría QLED”. Y también tienen muy buen comportamiento sus receptores Android, que permiten “convertir cualquier televisor en un potente Smart TV”.

FOTO: RUSSELL HOBBS (SPECTRUM BRANDS)



WWW.PROSOSTENIBLE.ES



PROSOSTENIBLE

Nº 8
OCTUBRE
2025

UNA VENTANA AL MUNDO
DE LA SOSTENIBILIDAD



UNA APUESTA SEGURA
HACIA LOS ODS

ENTREVISTAS
Industry 4.0 Manager de galtitudes
Co-Directora General de STADLER

REPORTAJES:
Economía circular
Tratamientos de residuos en la construcción
Ecología y medio ambiente
La movilidad sostenible

REVISTA PROSOSTENIBLE

UNA VENTANA AL MUNDO DE LA SOSTENIBILIDAD



Revista
Prosostenible
@prosostenible



Prosostenible



Revista
Prosostenible



Prosostenible
@R_prosostenible

También puede ser un buen momento para adquirir un proyector, una opción que cada vez valoran más los usuarios, ya sea para sustituir al televisor actual o para equipar un espacio especialmente pensado para crear una experiencia inmersiva, ya sea para crear un cine en casa como para disfrutar de espectáculos deportivos.

Por otro lado, la Navidad suele ser una buena época para algunos productos de la categoría de sonido. Por ejemplo, barras de sonido con las que crear esa sensación inmersiva.

Fotografía. Tras muchos años de capa caída, la categoría de fotografía vuelve a estar de moda, sobre todo entre los más jóvenes. Por ejemplo, Glòria Costa, Instax Marketing Specialist de Fujifilm, destaca sus cámaras instantáneas. "Instax Mini 12 es nuestro producto estrella. Es asequible, fácil de usar y muy popular entre jóvenes y adolescentes como regalo navideño. Instax mino Evo es ideal para quienes buscan creatividad y calidad en sus fotos, muy valorada por el público joven, aunque no tan adolescente y con mayor poder adquisitivo, y amantes de la fotografía. E Instax mini LiPlay es un producto versátil, original e idea para regalar y compartir momentos especiales. Suele gustar mucho a chicas jóvenes con gusto por la moda, estética, etc.", explica. También tiene buenas expectativas para soluciones como su impresora fotográfica de bolsillo Instax mini Link 3, "ideal para quienes ya

tienen muchas fotos digitales y quieren convertirlas en recuerdos físicos. Además, con la nueva colaboración con Nintendo, puede ganar más popularidad en estas fechas", comenta.

Todo ello, sin olvidarnos de las cámaras EVIL o los equipos réflex, para los más amantes de la fotografía; así como las cámaras bridge y las compactas, para los que buscan un equilibrio; o las cámaras deportivas, ideales para los más intrépidos.

Movilidad eléctrica. La movilidad eléctrica ha irrumpido con fuerza en la tienda de electrodomésticos, con productos como patinetes, bicicletas, hooverboards, etc. "Son opciones muy atractivas para desplazarse cómodamente y de manera más sostenible por la ciudad", explica Cecotec, que cuenta en su catálogo con patinetes y bicis eléctricas. El Gerente de Quatrotec-Smartgyro también espera una buena campaña para los patinetes eléctricos de sus gamas Dual Motor y Z-One 2, y para sus bicicletas plegables Soho y Nimbus. De igual modo, el responsable de Ersax Trade confía en la venta de los patinetes Youin, especialmente su modelo XLMAX Lite. Y también espera que sea un buen año para sus ebikes, sobre todo el modelo plegable Oxford.

Smart home. Los consumidores españoles muestran gran predisposición al uso de dispositivos inteligentes y conectados en el entorno de la smart home, como

altavoces, enchufes, bombillas, interruptores, cámaras de vigilancia, termostatos, cerraduras... Así pues, muchos usuarios aprovecharán estas fechas para adquirir algunos de estos dispositivos.

Balizas V16. Dedicamos un epígrafe solo para este producto porque no cabe la menor duda de que va a ser uno de los más destacados esta Navidad. "Esta última parte del año va a estar marcada por la entrada en vigor de una nueva normativa que obliga a todos los conductores a llevar, a partir del 1 de enero de 2026, la baliza V16 con geolocalización en el vehículo para que, en caso de emergencia, la puedan colocar sin salir del coche. Este artículo se colocará, sin duda, en los primeros puestos de los más vendidos en esta última parte del año", recalca la Directora de Ventas de Garsaco.

Línea blanca y cocción. Aunque los grandes electrodomésticos de línea blanca y cocción quizá no sean los primeros que se nos vienen a la cabeza cuando hablamos de la campaña navideña, la venta de productos de estas categorías también es importante, pues son fechas en las que solemos preparar comidas y cenas con familiares y amigos. "La cocina sigue siendo el corazón del hogar, y todo lo que gira en torno a ella continúa despertando un gran interés. Los electrodomésticos relacionados con la preparación de alimentos, el café, la cocción saludable y el bienestar en casa serán los protagonistas. El consumidor busca cada vez más

FOTO: SMEG



experiencias, no solo productos: desea cocinar mejor, disfrutar del proceso y cuidar de su entorno", apunta Ferreira. Por ejemplo, destaca los hornos multifunción Miele con tecnología de vapor y sistemas de cocción inteligente.

Por su parte, el responsable de Franke cree que "los productos más destacados serán aquellos que respondan a una demanda cada vez más clara por parte del consumidor: soluciones integradas que combinen funcionalidad, estética y sostenibilidad". "Se valorarán especialmente los productos que optimicen el espacio y simplifiquen la experiencia en la cocina, ofreciendo practicidad sin renunciar al diseño. Asimismo, observamos un creciente interés por tecnologías que faciliten la vida diaria, con especial foco en la multifuncionalidad, la conectividad y la eficiencia", precisa. Por ejemplo, habla de sus placas con campana integrada, que "ofrecen dos funciones en un solo producto y aportan mayor eficiencia y libertad de diseño".

De igual modo, la General Manager Iberia de Elica señala que "los consumidores buscan soluciones integradas, sostenibles y con tecnología avanzada", como sus placas de cocción con extracción integrada Lhov o Nikolatesla. "Permiten optimizar el espacio y mejorar la experiencia de uso, alineándose con las tendencias actuales de confort, sostenibilidad y estética", subraya.

Por su parte, Royo indica que "los productos que están marcando tendencia son aquellos que logran equilibrar eficiencia

energética, conectividad y diseño". No en vano, remarca que "el consumidor actual, especialmente en el mercado español, muestra una creciente preocupación por el ahorro de energía y agua, sin renunciar a la comodidad, la tecnología y la estética del hogar". Por eso, consideran que algunos de los productos estrella de esta Navidad serán las lavadoras y lavavajillas de gran capacidad, así como los hornos inteligentes y los electrodomésticos con acabados premium. Por ejemplo, destaca la gama de lavadoras EnergySpin de Beko, los hornos multifunción Whirpool con tecnología 6th Sense, las lavadoras y frigoríficos Grundig o los electrodomésticos funcionales y accesibles de Indesit.

Por otro lado, pone el acento en la digitalización del hogar como una de las principales palancas para el sector. "La conectividad y la integración con ecosistemas smart home están impulsando la preferencia por electrodomésticos que ofrecen control remoto, monitorización del consumo o personalización de programas, aportando un valor añadido que el consumidor cada vez valora más", expone.

Climatización. Muchos consumidores también aprovechan la recta final del año para equipar sus viviendas con sistemas de climatización. Así, no sólo pueden aprovechar para empezar a calentar sus viviendas con la máxima eficiencia, sino que también aprovechan las ofertas y se anticipan a la llegada del calor, cuando pueden producirse roturas de stock y cuando más ocupados están los instaladores. "Este invierno, el mercado español

estará claramente marcado por la eficiencia energética y el ahorro, dos factores que han pasado de ser tendencia a convertirse en una auténtica prioridad para los consumidores. Los productos más destacados serán aquellos capaces de ofrecer máximo confort con el menor consumo posible, especialmente las bombas de calor aerotérmicas y los aires acondicionados con bomba de calor de alta eficiencia (A+++), que permiten climatizar y calentar el hogar de forma sostenible durante todo el año. Además, la conectividad y la IA seguirán ganando terreno, ya que los usuarios buscan sistemas que se adapten automáticamente a sus hábitos y que puedan gestionarse desde el móvil con facilidad", afirma Ángel Fanarraga, Product Manager de Haie Europe.

FOTO: SEVERIN



FOTO: MIELE



FOTO: UFESA (B&B TRENDS)

