



FOTO: ASUS

Innovación en el sector electro

LA INNOVACIÓN SE CENTRA EN EL USUARIO Y EN LA SOSTENIBILIDAD

Eficiencia energética, facilidad de uso, sostenibilidad o diseño son algunas de las palancas de innovación en el sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. Los fabricantes son conscientes de la importancia de innovar, por lo que ya no dejan esta labor exclusivamente en manos de sus departamentos de I+D+i, sino que tratan de involucrar a todos los departamentos en el proceso.

El sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo es uno de los más dinámicos y competitivos. La constante evolución de la tecnología y las nuevas tendencias de consumo exigen a los fabricantes una apuesta decidida por la innovación.

Así pues, la innovación es un factor clave para el éxito de los fabricantes por varios motivos. En primer lugar, les permite ofrecer productos y servicios que satisfagan las necesidades de unos consumidores cada vez más exigentes y que buscan productos más eficientes, funcionales y sostenibles.

También les ayuda a diferenciarse en un entorno altamente competitivo. Disponer de productos innovadores ofrece un valor añadido y es un elemento diferenciador frente a la inmensa oferta que los clientes pueden encontrar en el mercado.

Además, la innovación ayuda a reducir costes en la producción y el desarrollo de productos, haciendo que las empresas sean más competitivas y puedan ofrecer productos a precios más asequibles. Asimismo, repercute en la sostenibilidad, mejorando tanto el impacto medioambiental que genera su actividad como la repercusión que tienen los productos fabricados.

Hincapié en la sostenibilidad y la eficiencia

La sostenibilidad se ha convertido en la principal palanca de innovación para la mayoría de los fabricantes. “Innovamos para que el producto y el servicio que ofrecemos al consumidor sea lo más sostenible posible, en línea con nuestro compromiso por el cuidado del medio ambiente. Por otro lado, tratamos de aplicar las últimas innovaciones tecnológicas a nuestros electrodomésticos para que sean eficientes energéticamente y así ayudemos a reducir el impacto climático que genera su uso”, afirma AEG.

Asimismo, Dennis Chia-Yu Hsieh, Country Head para España System Business Group de Asus, destaca “la

FOTO: CECOTEC



FOTO: CATA (CNA GROUP)

clara apuesta por la sostenibilidad” en todos sus productos y procesos. “En Asus, la innovación se aplica con el doble objetivo de ofrecer opciones a nuestros consumidores que contengan las máximas prestaciones, al mismo tiempo que les garanticen tener en sus manos un producto neutro y lo más responsable posible. Creamos dispositivos reciclables en el 50% de sus materiales, utilizamos packagings con materiales reciclados que se convierten en un soporte para el ordenador, impulsamos el diseño eco-friendly y trabajamos en la reducción del consumo de energía, entre otros. A todo ello, hemos sumado el servicio Asus Carbon Partner Services, la solu-

ción integral que ofrece opciones de compensación del carbono de calidad responsables, transparentes y flexibles”, detalla.

La sostenibilidad también es el principal motor de innovación para Beko. “Buscamos soluciones completas que contribuyan a cuidar el medioambiente a través de sus tecnologías y priorizando la eficiencia energética en nuestros electrodomésticos.

Por ejemplo, hemos lanzado una gama de electrodomésticos fabricada con materiales reciclados y biocompuestos. Utilizamos botellas de plástico recicladas, residuos de redes de pesca o hilo industrial, así como biocompuestos derivados de cáscaras de huevo o caña de azúcar. Además, la tecnología empleada en dichos electrodomésticos es el resultado de nuestra constante innovación, con un equipo de investigación y desarrollo (I+D) concentrado en el desarrollo de nuevas tecnologías y productos que hagan la vida más fácil a los consumidores. En definitiva, buscamos combinar la eficiencia, la facilidad de uso y la sostenibilidad en nuestros productos”, especifica Manuel Royo, Director de Marketing de Beko Iberia.

Asimismo, Guadalupe Medrano, Country Manager de Tucano Spain & Portugal, afirma que la compañía centra su innovación en la sostenibilidad, “unida a la constante apuesta por el diseño y la funcionalidad de nuestros productos”.

Pedro Cuerda, Director de Marketing de CNA Group, fabricante de Cata, también indica que la eficiencia, la sostenibilidad y el ahorro de costes son los pilares sobre los que se sustenta la innovación de la compañía. “La eficiencia es una prioridad para con nuestra empresa. A través del uso de tecnologías avanzadas y de una meticulosa planificación, hemos



FOTO: PANDO

logrado optimizar la producción de los electrodomésticos, reduciendo el consumo de energía y maximizando la calidad de los productos. Esto se traduce en una mayor eficiencia en el uso y desempeño de los electrodomésticos, lo que a su vez beneficia a los usuarios finales al reducir sus costes de energía. La sostenibilidad es otro punto clave en la estrategia de innovación. Nos comprometemos a minimizar nuestro impacto en el medio ambiente a través de la implementación de prácticas eco-amigables en los procesos de producción. Por último, el ahorro de costes es fundamental en nuestra estrategia. Comprendemos que ofrecer electrodomésticos eficientes y sostenibles no solo beneficia a los usuarios finales, sino también al propio negocio. Al reducir el consumo de energía y optimizar los procesos de producción, logramos disminuir los costes operativos, lo que se traduce en una ventaja competitiva. Esta reducción de costes se refleja en los precios finales de los productos, permitiendo ofrecer productos de alta calidad a precios competitivos en el mercado”, desgrana.

Ivon Soto, Communication & Digital Marketing Manager de Inoxpan, fabricante de Pando, especifica

FOTO: WHIRLPOOL



en el entorno”. Así pues, señala que la eficiencia, la sostenibilidad y la intuición en el uso de los electrodomésticos son algunas de sus prioridades. “Nuestros últimos lanzamientos se han visto marcados por una sociedad cada vez más preocupada por su impacto en el medio ambiente y en el consumo de los recursos, así como nuestra forma de producir, con un sistema de fabricación más sostenible, con tal de reducir la huella ecológica en nuestras producciones”, anota. Además, precisa que “la innovación y el constante desarrollo de modelos más sostenibles, inteligentes e intuitivos desempeñan un papel primordial en el mercado”.

Igualmente, Verónica Catediano, PR Manager de SPC, destaca el “creciente interés por el respeto al medio ambiente y la sostenibilidad por parte del usuario final”, por lo que la sostenibilidad y la eficiencia energética se han convertido en “dos de los principales motores de innovación que rigen el diseño y la creación de nuevos productos”. Por ejemplo, se están enfocando en el desarrollo de “un ecosistema de dispositivos inteligentes para el control climático de la Smart Home, que nos permitirá dos cosas: tener un hogar verdaderamente inteligente y completamente autónomo a la hora de tomar decisiones sobre la temperatura de nuestro hogar, y hacerlo de la manera más eficiente energética y económicamente”. Todo ello, sin descuidar el diseño de productos “fáciles de manejar e intuitivos, sobre todo para el segmento de población de mayor edad”. “Trabajamos siempre con esa premisa como punto de partida para adaptar la tecnología a todos los públicos”, detalla.

Miele también apuesta por la eficiencia, la conectividad y la sostenibilidad. “Entendemos que la eficiencia y la conectividad son motores fundamentales en nuestro proceso de innovación. Los consumidores actuales no solo buscan calidad, sino que también desean soluciones que cumplan con sus expectativas y satisfagan sus necesidades de una manera sostenible. Nos esforzamos por ofrecer electrodomésticos que no solo sean eficientes en términos de consumo de energía y recursos, sino que también ofrezcan una experiencia basada en la conectividad para ofrecer una experiencia personalizada. Este en-

FOTO: SPC



COCINA MÁS RÁPIDO CON el mismo sabor

Cosori Turbo Blaze Chef Edition



E-mail | info@ziclotech.com

Contacto | 911 412 604

ZICLOTECH | Distribuidores oficiales de Cosori en España

Ziclotech Distribution & Innovation es el distribuidor oficial de Cosori en España, ofreciendo soporte y distribución local.



FOTO: SMEG

foque en la eficiencia y la conectividad refleja nuestro compromiso con el desarrollo de soluciones que mejoren la vida diaria de nuestros clientes, al tiempo que contribuimos a un futuro más sostenible”, indica la empresa.

La mejora en la eficiencia, la conectividad y la automatización son también aspectos clave en la innovación de Smeg, con el fin de “mejorar la experiencia del usuario”, declara María Díez, Product Manager de la firma. Además, el diseño es una de sus banderas. “Colaboramos con diseñadores y arquitectos de renombre para crear productos estéticamente atractivos que se conviertan en piezas emblemáticas en muchos hogares”, apunta. Asimismo, insiste en la importancia que concede la empresa a la calidad y durabilidad de sus electrodomésticos, “enfocándonos en la fabricación con materiales de alta calidad y procesos de producción meticulosos”.

Enfoque en el usuario

Cecotec explica que su principal palanca de innovación es “conseguir una experiencia de usuario plenamente satisfactoria y a un precio justo”. “El performance del producto ha de responder perfectamente a sus expectativas. La conexión entre el consumidor y el producto ha de ser total y, para ello, el internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) o la inteligencia artificial (IA) se convierten en esenciales”, añade. Además, apunta que “la democratización de la tecnología en términos de costes” es un “aspecto imprescindible” para la firma, así como el control y reducción de su huella de carbono.

En una línea similar, Marta Lucas, Directora de Comunicación de Fagor Electrodomésticos, reseña que la compañía valora la innovación “desde el punto de vista del valor añadido que nuestros electrodomésticos aportan a los consumidores”. “No buscamos grandes complejidades o tecnología que no aporte en su día a día, sino que perseguimos funciones que hagan la

vida más fácil a los usuarios, innovaciones que simplifiquen las tareas cotidianas y aporten beneficios y un ahorro significativo de tiempo y consumo. Queremos electrodomésticos que sean fáciles de limpiar y cómodos de usar, eficientes en los resultados y que faciliten las gestiones de las tareas del hogar, y dispositivos con gran capacidad y con más funciones, pero también con más sabores, más rapidez y menos prisas”, subraya.

De igual manera, Albert Díaz, responsable de Producto de Ufesa, destaca el compro-

misso de la compañía “en satisfacer las necesidades en constante evolución del consumidor actual”, por lo que su innovación se orienta hacia el desarrollo de “productos que demandan y necesitan” aquellos. Detalla que “la conectividad es una de las principales áreas de enfoque”, gracias a la cual pueden “brindar una experiencia al usuario aún más mejorada”. Asimismo, apunta que “la digitalización juega un papel crucial”, ante la creciente demanda de los usuarios de productos interactivos”. Y la tercera pata de su innovación en la eficiencia.

Natalia Cabrera, Directora Comercial y de Marketing de Garmin Iberia, incide en que la empresa trabaja en innovaciones como la optimización del diseño y el uso de materiales más ligeros y resistentes, además de las mejoras tecnológicas de sus productos (conectividad, autonomía, carga solar, prestaciones...). “En todo caso, siempre con el foco puesto en que nuestros productos se conviertan en compañeros versátiles y completos para el día a día de los usuarios y en cada una de sus actividades, lo que también repercute en unos diseños cada vez más compactos y ligeros y en productos que integren mayores prestaciones”.

Felipe Martín, CEO de Gigaset Communication Iberia, apunta que la experiencia del usuario es uno de los catalizadores de su innovación, dando respuesta a las necesidades de los consumidores y sus nuevas demandas del mercado. “Prestamos atención a todas las nuevas tendencias y las preferencias de los clientes para así amoldar y mejorar continuamente nuestras soluciones, ya sea en términos de funcionalidad, rendimiento, facilidad de uso, ergonomía, prestaciones, ahorro, durabilidad, entre otros”, afirma. La sostenibilidad también tiene un peso importante en

FOTO: GIGASET



Un RAEE y una pila no son cualquier residuo.

Nuestra gestión tampoco.

Con presencia internacional, los productores confían en nosotros para gestionar sus obligaciones, tanto de Aparatos Eléctricos y Electrónicos, como de Pilas y Acumuladores.

Si eres fabricante, importador o distribuidor, te ayudamos a cumplir las normativas de residuos y construimos soluciones de economía circular para lograr entre todos un mundo más sostenible.



European Recycling Platform

A Landbell Group Company

su innovación. “Entre nuestros objetivos se encuentran la neutralidad climática y la eficiencia energética en todo el ciclo de vida de nuestras soluciones. A partir del objetivo de ahorrar energía, hemos logrado innovar en términos de eficiencia. Entre los objetivos sostenibles que impulsan nuestra innovación se encuentra la economía circular. Innovamos constantemente para reducir lo máximo posible todos los efectos negativos del clásico ‘usar y tirar’, empleando materiales reciclados y reciclables para nuestros empaquetados de producto y eliminando los microplásticos, como las bridas en el embalaje. Y la durabilidad de los productos nos permite estar en constante movimiento para encontrar fórmulas efectivas para que los usuarios disfruten de una solución tecnológica mucho tiempo”, agrega.

Igualmente, Honor hace hincapié en que los clientes están en el centro de su innovación. “Nuestro motor son las personas y todo lo que podemos hacer por ellas. Y con esto lo que pretendemos es romper barreras y límites para conseguir llegar a lugares que quizás hace unos años ni se podían imaginar”, apunta la empresa.

Asimismo, Rosa Zaragoza, Country Manager de Jura Espresso, anota que la marca centra su I+D en “nuevas funcionalidades disruptivas” que enriquezcan sus productos. “son siempre innovaciones que aportan valor y que siguen una máxima: contribuyen a un mayor disfrute del café, con una calidad óptima y la mejor experiencia de usuario”.

Hacer nuestra vida mejor y más fácil

Elena Moreno, Directora de Comunicación y Medios Digitales de iRobot España, pone el acento en que el objetivo de la compañía es hacer mejor la vida del usuario “facilitando la realización de las tareas de limpieza del hogar y que se pueda despreocupar”.

FOTO: JURA



FOTO: IROBOT

Igualmente, Cristina Esandi, Directora de Marketing de Jata, habla de la sencillez como principal motor de innovación. “Trabajamos día a día para hacer la vida de nuestros consumidores más sencilla. Buscamos dar una solución a un problema de una manera practica y funcional”. Además, comenta que “la sostenibilidad es un valor que está en nuestra compañía de manera inherente a todos los proyectos que llevamos a cabo”.

Asimismo, Newell Brands asegura que el objetivo de todas sus marcas -Crockpot, Breville, FoodSaver, Oster o Sistema, entre otras- es “facilitar la vida y calidad de los consumidores a través de productos sencillos, innovadores, inteligentes y con un

diseño único”. También recalca que su propósito es “diseñar productos cada vez más sostenibles y atractivos, que cubran las necesidades de los usuarios más exigentes”.

En una línea similar, Taurus Group señala que sus productos “se caracterizan por combinar las tecnologías más innovadoras, como la conectividad o los motores eficientes, con la facilidad de uso”. “En un hogar ya totalmente conectado es necesario introducir productos que respondan a las necesidades actuales de los clientes, que ya no se limitan a la potencia o a los resultados, sino que también tiene mucha importancia la experiencia de uso y el valor añadido”, puntualiza la compañía.

Por su parte, Jocca afirma que está trabajando “bajo el paraguas de la innovación saludable, desarrollando una línea de producto que ayude al consumidor a llevar una dieta y vida saludable, que mejore su calidad de vida”. Y también quiere cuidar la salud del planeta, “por lo que la sostenibilidad de nuestros productos es una de las características más valoradas por nuestros clientes”, indica la empresa.

Mario Mateos, Gerente de Smartgyro, también hace hincapié en la sostenibilidad ambiental como driver de innovación. Así, destaca que la marca ha puesto en marcha acciones como el reacondicionamiento de dispositivos o de baterías. También dedica un porcentaje de sus ventas a la limpieza de plásticos del mar Mediterráneo. Otra de sus palancas de innovación es la versatilidad, desarrollando dispositivos de movilidad eléctrica que se adapten a las necesidades de cada tipo de usuario, “desde dispositivos más eficientes y con mayor autonomía a dispositivos muy ligeros y flexibles, que permiten ser utilizados a conjunto de otro tipo de transporte”.

¿Cómo se afronta la innovación?

Los departamentos de I+D son los principales impulsores de la innovación. “Tenemos en activo 56 cen-

DESCUBRE LA NUEVA
PLACA MESTREPAELLER

Prepara la mejor paella del mundo



La nueva inducción MestrePaeller incorpora una revolucionaria y exclusiva tecnología desarrollada por Teka, con la que podrás preparar arroces y paellas en su punto, incluso si nunca has preparado una.

Desde paella valenciana, a arroz alicantino, negro o con bogavante, podrás triunfar con cualquier tipo de arroz.





FOTO: REMINGTON (SPECTRUM BRANDS)

tros de investigación de fabricación y tecnología que lideran todos los procesos de nuevos desarrollos”, indica la responsable de Whirlpool.

María José Barboza, Marketing & Communication Manager de Spectrum Brands, fabricante de marcas como Remington o Russell Hobbs, entre otras, explica que el “centro neurálgico” y de I+D de Spectrum Brands se encuentra en Estados Unidos. “Allí es donde se reciben todos los inputs de las diferentes regiones del mundo y se acompañan luego de estudios de mercado en los diferentes países para poder entender al consumidor”. Además, indica que “las innovaciones surgen a partir de las nuevas necesidades que se van generando”, a partir de los insights de consumidores.

Taurus Group también destaca el trabajo de su departamento de I+D, “que se encarga de investigar las nuevas tecnologías que aparecen en el mercado y

FOTO: TAURUS



todas las innovaciones que iRobot va incorporando al porfolio de productos”.

Igualmente, Martín señala que “el departamento de I+D de Gigaset se encarga de hacer estudios en profundidad de la situación del sector y de la demanda del mercado para partir de ahí y desarrollar soluciones innovadoras y diferenciadoras”. Aunque el proceso innovador no se agota ahí. “Abogamos por la retroalimentación de los clientes. Monitorizamos la opinión de los consumidores sobre las prestaciones innovadoras de las soluciones, ya que eso permite abrir oportunidades de innovación en futuros desarrollos”, precisa.

Cabrera reseña que Garmin otorga una gran importancia a su departamento de I+D, con sede en Kansas (Estados Unidos). “En 2022, nuestra inversión en I+D representó el 17% del total de ventas netas consolidadas. Es nuestro departamento con mayor inversión y el que lidera los procesos de I+D, siempre en constante comunicación con el resto de los departamentos”, afirma. Todo ello, atendiendo a las demandas de los usuarios, la evolución del mercado y la experiencia de sus propios empleados.

Díez reseña que la innovación tecnológica y medioambiental de Smeg se desarrolla a través de laboratorios certificados que estudian soluciones que respondan a las demandas del mercado. Y la firma también colabora con diversas universidades para el desarrollo de su tecnología. Además, dispone de un estudio interno “que se encarga de investigar en el campo de la moda y el diseño”, contando con la colaboración de reconocidos arquitectos y diseñadores internacionales.

Por su parte, Catediano apunta que SPC dispone de “equipos diferenciados por categorías de producto que cuentan con una profunda especialización en el mercado de las categorías que desarrollan”. “Cada uno de estos grupos está compuesto, a su vez, por distintos perfiles, entre los que siempre hay un equipo dedicado exclusivamente a la parte del I+D. Se encargan de analizar las innovaciones de la industria, ver cómo se pueden aplicar a nuestro catálogo, probarlas... Una vez esa innovación se implementa en los productos, se vuelven a realizar pruebas y ensayos de funcionamiento en diferentes condiciones para verificar que todo está bien y que ese producto no solo funciona correctamente, sino que cumple con nuestras premisas de usabilidad y sencillez”, agrega.

Asimismo, la responsable de Tucano señala que la compañía dispone de un departamento de diseño “que estudia en detalle cada producto, ya sea desde el punto de vista de las prestaciones o del diseño”.

Análisis y estudio de mercado

Aunque el departamento de I+D lleve la voz cantante, el proceso innovador empieza mucho antes. “En Ufesa, otorgamos una gran importancia a la fase de análisis. Gran parte de nuestro trabajo se enfoca en el análisis de nuevas tendencias y las necesidades del consumidor actual. A partir de estas evaluacio-

nes, nos centramos en la innovación, diseño y lanzamiento de dispositivos que marquen la diferencia y se ajusten a las exigencias de la sociedad actual. Realizamos estudios de mercado, exploramos nuevas oportunidades y nos mantenemos atentos a las demandas cambiantes para ofrecer soluciones relevantes y vanguardistas”, detalla Díaz.

Zaragoza también incide en que Jura “siempre está atenta a las tendencias y escucha las opiniones y sugerencias tanto de sus clientes como de sus colaboradores y empleados”. “Todos estos inputs se trasladan al departamento de I+D para su valoración y desarrollo. Éste es el objetivo del Campus Jura, un centro de innovación inaugurado el año pasado con un equipo de ingenieros centrados en la investigación y el desarrollo continuos y el fomento del uso de tecnologías orientadas al futuro”, comenta.

Igualmente, Mateos apunta que el proceso de innovación de Smartgyro “comienza en el departamento de Marketing y Atención al cliente, puesto que nos parece importantísimo mantener una escucha activa de todas y cada una de las sugerencias y peticiones de nuestros actuales y potenciales clientes”. “Una vez que se recopilan todas ellas, la información pasa directamente al departamento de Producto, que evalúa su posible inclusión y viabilidad y pone en marcha todas aquellas innovaciones posibles y beneficiosas”, explica.



FOTO: CROCKPOT (NEWELL BRANDS)

Por su parte, Newell Brands se detiene en su nuevo modelo estratégico de innovación. “Se basa en diseñar productos innovadores a raíz de los conocimientos y las previsiones de compra de los consumidores, capitalizando las tendencias actuales.

Para ello, contamos con un equipo propio en diferentes lugares a nivel internacional, con el propósito de acercar nuestras líneas de negocio en todas las partes del mundo. Entre estos centros, tenemos que destacar el Centro de diseño global de Kalamazoo (Michigan, Estados Unidos), que impulsa la colabo-

La **Sensazione** que estimula tus cinco sentidos



LA NUEVA CAFETERA SUPERAUTOMÁTICA DE UFESA

60 años | ufesa
Siempre a tu lado
ufesa.es



FOTO: BEKO

ración multifocal. En Hoboken (Nueva Jersey, Estados Unidos), están especializados en la categoría de hogar con un 'Speed Lab', un grupo de innovación y un espacio del diseño digital propios. Y, por último, el centro europeo de diseño industrial en Cheadle (Reino Unido), que opera a nivel mundial", señala.

Un proceso transversal

Además, el departamento de I+D no capitaliza la innovación, sino que se exige la implicación de toda la compañía. "Están involucrados varios departamentos, como Comercial, Gerencia, Marketing, Calidad y Fabricación. Es importante que la empresa se impregne en su totalidad, para crear y buscar las respuestas más adecuadas. Y el departamento que lidera la innovación para darle vida y llevarla a cabo es Fabricación", especifica la Directora de Marketing de Jata.

Lucas también anota que Fagor “aborda la innovación de manera transversal y colaborativa, donde se ven involucradas diferentes áreas”. Puntualiza que “la innovación se aprecia en el producto, pero se detecta en las necesidades y demandas del consumidor y se enriquece con los profesionales del sector y de la distribución”.

Del mismo modo, el Director de Marketing de CNA Group indica que el departamento de Producto se encarga de analizar las tendencias del mercado y las necesidades de los clientes para identificar posibles áreas de mejora, a través de estudios de mercado, encuestas y feedback de los clientes. A partir de ahí, su departamento de I+D desarrolla nuevas tecnologías y características para sus productos. "Trabajamos en estrecha colaboración con nuestros ingenieros y diseñadores para crear prototipos y realizar pruebas exhaustivas para garantizar la calidad y rendimiento de cada electrodoméstico. La colaboración entre es-

producto; y el equipo de Soporte técnico, para conocer de primera mano los detalles de cada uno de los productos".

Jocca también apunta que la compañía afronta la innovación como un trabajo en equipo, “creándose un comité con representantes de todos o casi todos los departamentos, que aportan su visión”. “En función del departamento, esta visión será más técnica, comercial, funcional... De esta manera, contamos con una visión global de la necesidad existente en el mercado, así como la mejor manera de poder satisfacerla”, aclara.

Asimismo, Cecotec señala que “el departamento de Producto lidera el proceso de innovación, mientras que la inteligencia de negocio detecta la necesidad del mercado y genera el input para trabajar en aquella solución que aporte valor al usuario”.

Chia-Yu Hsieh indica que "la innovación se aborda desde todos los departamentos de Asus, siempre poniendo el consumidor y sus necesidades en el epicentro de cada proceso y producto". "Desde una perspectiva holística, cada departamento tiene que tomar la iniciativa de avanzar e innovar. Desde la Dirección de la compañía, pasando por RR.HH. y Marketing, hasta, por supuesto, la Oficina de Innovación y Desarrollo de toda la empresa. Todos tenemos que estar alineados y coordinados para aplicar un pensamiento creativo y disruptivo, remando hacia una misma dirección", observa.

De igual manera, AEG apunta que la innovación “se aborda desde todos los ámbitos y todos los departamentos: desde Producto a Diseño, pasando por Producción y, por supuesto, todo lo que tenga que ver con el capital humano de la empresa”.

Además, el CEO de Gigaset hace hincapié en la importancia de contar con una cultura innovadora den-



FOTO: FAGOR

tro la empresa. "A partir de la promoción interna de la creatividad, el pensamiento disruptivo y la colaboración se consigue la sinergia que se necesita para impulsar estar a la vanguardia tecnológica y ofrecer soluciones que satisfagan las necesidades de los consumidores", subraya.

Innovación en todas las gamas de producto

A continuación, recogemos las innovaciones más destacadas en algunas de las categorías de producto.

Lavadoras y secadoras

Cecotec habla de sus lavadoras “que funcionan con vapor y cuidan de la ropa”. AEG también destaca este aspecto de sus lavadoras con tecnología ProSteam “que refresca la ropa en 25 minutos utilizando un 96% menos de agua”. La Product Manager de Smeg explica que añadir vapor durante el lavado, tal y como hacen algunos de sus equipos, produce beneficios como “la eliminación de manchas y olores difíciles, reducción de arrugas, desinfección o preservación de tejidos”. Asimismo, la portavoz de Fagor precisa que “hace que se destensen los tejidos y permite ahorrar tiempo de planchado”. Además, Tovar indica que la función FreshCare+ de Whirlpool mantiene la colada fresca hasta seis horas después de finalizar el ciclo de lavado con la ayuda del vapor.



OTO: MIELE

Por otro lado, Lucas indica que las lavadoras Fagor disponen de la función Display, que "permite controlar el consumo de agua y energía de cada programa", mientras OptiTime, que ajusta los tiempos y el consumo de lavado según la carga.

También destaca su sistema de autos dosificación OptiDose. "Proporciona a la ropa la dosis de detergente que necesita para estar limpia y cuidada", explica. Igualmente, Miele se centra en su sistema de dosificación TwinDos, que permite llenar los depósitos de detergente y suavizante. Además, este sistema

BEBE VEGETAL, HAZLO NATURAL. ¿O ERA AL REVÉS?

Prepara tu
**LECHE
VEGETAL**
en menos de un minuto!

RECÍÉN EXTRAÍDA SIN AZÚCARES AÑADIDOS SIN ADITIVOS

RECETA DE
**LECHE DE
AVELLANAS**

milker
by Jata

Con el **NUEVO
MILKER DE JATA**
podrás preparar tu propia
leche vegetal de forma fácil,
rápida y sana.

www.jata.es



FOTO: BEKO

diferencia dos fases de lavado: UltraPhase 1, en la que se eliminan las partículas de suciedad superficial; y Ultraphase 2, que añade blanqueadores en el momento adecuado, para eliminar las manchas más resistentes. Y el responsable de Beko habla de su sistema AutoDose.

Royo también destaca la tecnología AquaTech de Beko. “Reduce y suaviza los movimientos del tambor, utilizando la acción del agua para proteger las prendas y el tiempo de lavado a la mitad”.

Por su parte, la responsable de Whirlpool pone el acento en la mejora de la eficiencia de sus lavadoras FreshCare+, que consiguen ahorros de hasta un 60% de electricidad y un 35% de agua en cada ciclo.

En cuanto a las secadoras, AEG se detiene en la innovación que supone la incorporación de bomba de calor de las secadoras, “con la que se puede ahorrar hasta un 68% más de energía que con una tradicional”.

Lavavajillas

Royo hace hincapié en la incorporación de la tecnología Autodose en los lavavajillas Beko, racionalizando el uso de detergente y permitiendo que el usuario se despreocupe de tener que cargar el aparato cada vez. Igualmente, Miele cita su sistema AutoDos con PowerDisk integrado, así como su tecnología EcoPower, que “ofrece un consumo eficiente de agua y energía gracias a su diseño de flujo de agua”, tras realizar una estimación de la cantidad necesaria.

Lucas habla de la función AutoDoor de Fagor. “La puerta se abre automáticamente al finalizar el proceso de lavado para un secado natural perfecto y más económico”. Además, resalta la incorporación de una tercera bandeja MaxiSpace, “que permite li-

berar el espacio del resto de bandejas”. En esa misma línea, Tovar detalla que la gama MaxiSpace de Whirlpool incluye la tercera bandeja SpaceClean, con inyectores de agua integrados y que permite colocar incluso vasos muy altos.

Otras innovaciones de Whirlpool son el sistema de secado NaturalDry, que mejora el secado con la mejor eficiencia gracias a la apertura automática de la puerta, así como las mejoras de su tecnología 6th Sense, que ayuda a reducir el consumo de agua y energía, adaptándolos al nivel de suciedad.

Frigoríficos

Royo destaca la tecnología HarvestFresh de Beko, “inspirada en la naturaleza y que incorpora un sistema de luces de tres colores (verde, azul y rojo) que imita la luz natural del sol durante su ciclo diario para conservar las vitaminas de frutas y verduras durante más tiempo”. También cita la tecnología AeroFlow, “que distribuye el frío de forma homogénea a través de canales laterales posteriores, reduciendo las fluctuaciones de temperatura, con lo que se consigue una frescura prolongada, menos deshidratación y frutas y verduras que conservan su textura y aromas más tiempo”.

Soto se refiere al doble sistema de refrigeración Natural Flow Cooling de Pando. “Mediante la inyección de aire frío, mantiene una temperatura constante y más eficiente, sin reseca los alimentos”. Sus frigoríficos también cuentan con Cold Air Station, un sistema mediante ventiladores que garantiza el reparto óptimo y la circu-

lación constante de aire para evitar la condensación y la creación de escarcha. Y otro avance es la tecnología Ultrafresh, que elimina el gas etileno que emiten los alimentos al madurar en el cajón de verduras, mejorado así la conservación.

En esta misma dirección, Miele detalla que su función PerfectFresh Active “atomiza las gotas de agua en forma de niebla para conservar los alimentos frescos hasta cinco veces más tiempo”. Igualmente, AEG pone el acento en la tecnología GreenZone, “que conserva hasta el 95% de las vitaminas de los alimentos”. Y Díez indica que la incorporación de un sistema de iluminación con luz azul en los cajones de los frigoríficos Smeg “aumenta los tiempos de almacenamiento de frutas y verduras, preservando el contenido de vitaminas durante más tiempo”.

Hornos

AEG habla del cocinado y la limpieza a vapor de los hornos EcoLine, “que ahorra hasta un 95% de energía en comparación con la limpieza pirolítica”. Cecotec también se detiene en sus hornos más novedosos, “con certificación energética A, que cocinan con vapor para conservar mejor los nutrientes y obtener resultados más jugosos”.

Royo destaca la tecnología Aeroperfect de Beko. “Distribuye el aire caliente de forma uniforme en todo el horno, minimizando la variación de temperatura y garantizando una cocción homogénea y precisa en todo momento”. Además, indica que sus hornos incluyen la función de cocción asistida por vapor, “para obtener resultados esponjosos con corteza crujiente y jugosas texturas en el interior”. Y también incide en la incorporación de la limpieza por pirólisis.

FOTO: FRANKE



Miele se centra en sus hornos a vapor combinados, con función Mix&Match, para cocinar o calentar distintos alimentos juntos; tecnología DualSteam, que distribuye el vapor homogéneamente; o función de autolimpieza hydroclean. Y en hornos multifunción, pone el acento en el sistema TasteControl, que evita que los alimentos se cocinen en exceso gracias a una sonda inalámbrica y a la cámara FoodView.

La responsable de Fagor destaca la “gran cavidad” de sus hornos, así como su sistema de limpieza SteamClean, “fácil, efectivo, práctico y totalmente seguro para limpiar el horno sin productos detergentes”. “Vertiendo un vaso de agua en la bandeja y ajustando la temperatura a 50 °C durante 30 minutos, se genera vapor y facilita la limpieza de la cavidad, eliminando hasta las manchas más incrustadas. Con pasarle una bayeta para retirar los restos, será suficiente”, asegura.

La Product Manager de Smeg, por su parte, habla de la tecnología Galileo. “Gracias a algoritmos profesionales, es posible combinar cocción tradicional, microondas y vapor. Además de combinar distintas cocciones, también permite reducir el tiempo de cocción y, por lo tanto, obtener un ahorro energético de hasta un 70%”, puntualiza.

Placas

La inducción se ha impuesto en este segmento de producto. Miele resalta sus nuevas placas con extracción integrada, “que permite ahorrar espacio en la cocina”, así como el sistema Co@activity 2.0, que regula el nivel de potencia adecuado durante el cocinado, o la tecnología TwinBooster, que distribuye o concentra la potencia.

FOTO: SMEG

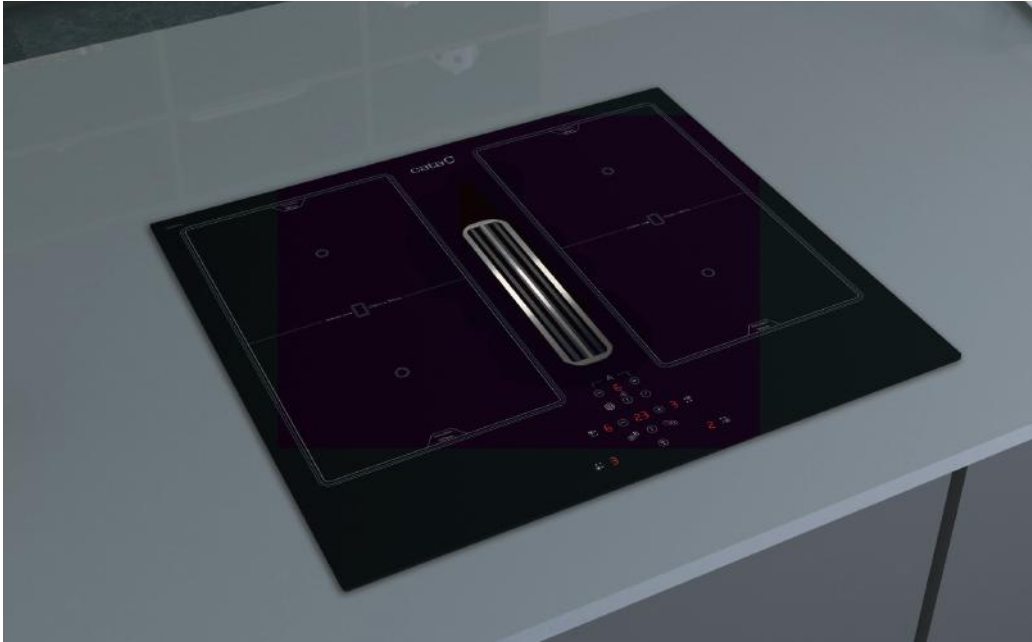


FOTO: CATA (CNA GROUP)

Díez destaca la innovación que supone la inducción total de Smeg, “donde se unen pequeños inductores que permiten cocinar con total flexibilidad”, ya que la placa detecta automáticamente el diámetro del utensilio, sin importar dónde se coloque, “ofreciendo total comodidad y versatilidad al usuario final”.

Y Tovar resalta la tecnología CleanProtect de Whirlpool, un tratamiento de nanorecubrimiento de la superficie de la placa de inducción que permite limpiarla usando solo agua, ahorrando en detergente y facilitando la limpieza a la par que se alarga el brillo y durabilidad del cristal.

Campanas

El Director de Marketing de CNA Group-Cata destaca la reducción del nivel sonoro de sus campanas gracias al sistema ‘Silentium’. Igualmente, se refiere al nuevo sistema de purificación de aire de sus equipos, “que hace que estos modelos sean más eficientes en términos de calefacción y refrigeración”. Asimismo, destaca que han resuelto el problema de condensación que se puede producir con el uso de campanas, gracias a un sistema que atempera las superficies donde choca el aire y elevan la velocidad de succión. Por último, la compañía hace hincapié en la integración, ofreciendo todo tipo de soluciones de techo, mueble o flow in, “que hacen que el espacio sea más estético, además de aportar soluciones constructivas”, apunta Cuerda.

Lucas destaca que las campanas Fagor “se pueden controlar sin ni siquiera tener que tocarlas, gracias a su panel de control por sensores táctiles deslizables completamente integrado en el cristal”. Además,

remarca que son “muy sencillas de usar y rápidas de limpiar, ya que no se quedan las huellas dactilares marcadas en su superficie”.

La responsable de Inoxpan-Pando habla de sus campanas de aspiración mediante recirculación, que disponen de un filtro especial combinado de carbón activo de alta eficiencia y filtros HEPA, que ayuda a mantener el aire libre de polvo, polen, ácaros, virus, bacterias y partículas causantes de los malos olores.

PAE de cocina

Cecotec indica algunas de las innovaciones de sus batidoras de vaso y de mano, como la tecnología de cuchillas contrarrotantes ‘Total Destroy’. “Trituran en sentido inverso, reproduciendo un efecto tijera que logra resultados más finos en menos tiempo”. También habla de Cecofry Rain, “la primera freidora de aire del mercado con autodosificador de aceite integrado, para disfrutar de comidas todavía más ‘healthy’”.

Barboza destaca la versatilidad de sus freidoras de aire de tamaño reducido (5,5 litros), con funciones de grill, sellado, cocción lenta, asar, hornear y mantener caliente.

Igualmente, Newell Brands se detiene en las novedades de la marca Breville en freidoras de asar, con el lanzamiento de aparatos de gran capacidad (9 litros) y diseño compacto. “Ofrecen un 65% más de capacidad de cocción en solo un 7% más de espacio de encimera”, en comparación con un equipo de 5,5 litros. También resalta la incorporación de función de vapor en la freidora de aire SteamCrisp, “que aporta resultados crujientes por fuera, pero jugosos por dentro”.

Con la enseña Crockpot, la empresa pone el acento en la tecnología TimeSelect de sus ollas, que permite la programación para que la comida esté lista a una hora determinada, con hasta 12 horas de antelación. Y con FoodSaver, destaca el lanzamiento de “la primera gama completa de consumibles reciclables en



FOTO: FOODSAVER (NEWELL BRANDS)

el mercado español en la categoría de envasado al vacío”.

Esandi habla de las últimas mejoras de las planchas de asar Jata, como los nuevos diseños de sus asas, que mejoran su ergonomía; la evolución de sus resistencias, “con innovaciones en formas y potencias”; o la integración de controles digitales, “para maximizar las funcionalidades”.

Zaragoza se detiene en los avances de las nuevas cafeteras Jura Espresso, como el mecanismo de molienda P.A.G. 2+, con un “aislamiento sonoro inspirado en la Formula 1” y que también recomienda la consistencia de la molienda en función del tipo de producto. También habla de la función Sweet Foam, que aromatiza la espuma de leche con el sirope preferido del usuario, así como el punto de dulzor e intensidad, para elaborar un ‘sweet late’. Otra innovación es la pantalla táctil Panorama Coffee, que facilita el manejo de sus cafeteras de manera visual y amigable. Finalmente, se detiene en la tecnología Coffee Eye, que detecta la posición de la taza y ajusta automáticamente la selección en el visualizador a las especialidades disponibles.

También en cafeteras, Díaz se centra en la superautomática Supreme Barista de Ufesa, con 20 bares de presión y tecnología Safe and Grind, que ajusta el grosor del molido de café, la intensidad del aroma y la cantidad, temperatura y dureza del agua. Además, su depósito de agua dispone de tecnología Friendly Clean Care, que permite extraer el grupo de difusión para limpiarlo a fondo. Y la marca también ha traído al mercado la freidora de aire Phantom, con tecnología de circulación de aire a alta velocidad, para cocinar con el mínimo de aceite. Se trata de un modelo digital y con Smart Control WiFi, pudiendo acceder a recetas a través de su app, además de contar con ocho programas preestablecidos.

Por su parte, Barboza se refiere a los renovados diseños de las tostadoras Russell Hobbs. “Los consumidores ya no buscan solamente un tueste de pan, sino que aprecian poder tener un aparato en la encimera

a modo decorativo. Los consumidores ya no quieren algo bonito si lo tiene todo el mundo, sino que buscan algo bonito, pero que los represente y los diferencie”.

En cuanto a robots de cocina, Taurus Group recalca los avances de la nueva Mycook Next, con conectividad multidispositivo y capaz de interactuar con los asistentes de Alexa y Google, así como un innovador sistema de cocinado guiado paso a paso y un recetario en constante aumento, gracias a las aportaciones de su comunidad de usuarios.

PAE de hogar

Miele destaca que sus nuevos aspiradores sin cable cuentan con el motor ‘Digital Efficiency’, “que ofrece un 60% más de potencia de aspiración”, así como una batería intercambiable, que da hasta 60 minutos de autonomía. Asimismo, Taurus Group habla de la incorporación de motores brushless más eficientes en sus aspiradores escoba, “que consumen la misma energía

que los convencionales, pero con mayor succión, lo que se traduce en un aspirado más rápido, lo que permite dedicar menos tiempo a la limpieza y obtener mejores resultados”.

Cecotec recuerda que ha incorporado a su catálogo robots aspiradores “que alcanzan un nivel máximo de automatización, con funciones de aspiración, un fregado más profesional o autovaciado tanto de agua limpia como sucia que, al mismo tiempo, reducen al mínimo las necesidades de mantenimiento del equipo”.

Moreno se detiene en las innovaciones de software de los robots aspiradores Roomba. Por ejemplo, la última actualización del sistema operativo iRobor OS “incluye novedades tan interesantes como un mapeado de la casa 7 veces más rápido que antes, reduciendo el tiempo de configuración y permitiendo al usuario enviar su robot aspirador a limpiar habitaciones específicas después de una sola pasada”. Además, gracias al reconocimiento avanzado de objetos, iRobot OS puede ahora nombrar automáticamente las habitaciones en el Mapa Inteligente cuando el robot complete su primer mapeo, permitiendo gastar menos tiempo en el etiquetado y simplificando la personalización de los mapas.

Moreno explica también que el nuevo sistema operativo convierte a la serie Roomba j en la opción preferida para los dueños de mascotas, ya que no solo son capaces de evitar zapatos, calcetines, cables, auriculares, ropa o toallas, sino también “sorpresas de mascotas”, gracias su visión artificial.

También en esta serie, remarca que Roomba Combo j7+ aspira y friega en un solo trabajo de limpieza, “gracias al paño que se eleva sobre la parte superior del robot cuando éste se encuentra con alfombras y moquetas, evitando que se mojen, siendo el primer 2 en 1 de su tipo que implementa esta funcionalidad”, comenta.

En cuanto a la innovación en planchado, la responsable de Spectrum Brands destaca los avances en las planchas verticales Russell Hobbs, que también



FOTO: TAURUS

Haier

NÚMERO 1 DEL MUNDO
EN GRANDES ELECTRODOMÉSTICOS



*Fuente: Euromonitor International Limited 2022.



FOTO: REMINGTON (SPECTRUM BRANDS)

incorporan suela de planchado horizontal, por lo que ofrecen versatilidad y potencia, pero manteniendo un formato reducido, de modo que son ideales para llevarlas de viaje.

PAE de belleza

La responsable de Spectrum Brand se detiene en los avances introducidos en los productos de cuidado del cabello, que ahora prestan especial atención a su salud. Por ejemplo, indica que “aparte de alisar el cabello, incorporarán microacondicionadores que permiten tener un cabello más saludable”, aunque sin dejar de atender a la eficiencia. Éste es el caso de la colección Keratin Protect de Remington, “infusionada con microacondicionadores de queratina para un cabello más suave y aceite de argán para melenas hidratadas”. Asimismo, habla del lanzamiento de la colección Botanicals. “Además de incorporar microacondicionadores infusionados con aloe vera, jojoba y mosqueta, plantas conocidas por su uso en el cuidado de la salud de la piel y el cabello, también tiene una función botanicals, que regula el aparato para un cuidado más respetuoso con la fibra capilar”, especifica. También destaca la tecnología Styel Adapt de la colección Proluxe You, que adapta el calor de la herramienta al cabello de cada usuario, gracias a un microprocesador que mide la temperatura del cabello y mantiene la del aparato a 185 °C.

Y en cuidado masculino, hace hincapié en que sus cortapelos ahora incluyen peines para realizar el degradado, así como afeitadoras que responden a la presión y la densidad del vello y que adaptan la velocidad de corte.

Relojes deportivos e inteligentes

Cabrera indica que Garmin está poniendo el acento en mejorar la autonomía y eficiencia de sus dispositivos, mediante al aprovechamiento de la carga solar que ofrece la tecnología Power Glass. “Consiste en una capa semitransparente, prácticamente invisible, de células solares fotovoltaicas ubicadas en la lente del reloj, que recogen la energía del sol cuando la

que ocurrió un incidente, las funciones de asistencia y detección de incidentes enviarán un mensaje con su ubicación a los contactos de emergencia previamente elegidos”, especifica.

Las prestaciones referidas al entrenamiento y el bienestar son otro polo de innovación, con nuevas funcionalidades relacionadas con el rendimiento, monitorización del sueño, control del estrés, etc.

Informática

Chia-Yu Hsieh especifica algunas de las innovaciones de Asus, como las nuevas pantallas y tecnologías de su gama ROG, “con un sello de calidad que garantiza el alto nivel de los diseños”; así como su nueva tecnología de refrigeración Intelligent Cooling y el diseño de sus ventiladores. También destaca el uso de materiales totalmente reciclables. En cuanto a la seguridad, se detiene en la inclusión de la tecnología Kensington Hello, para evitar desbloques no autorizados. Otro de sus avances es la incorporación de pantallas OLED, que cuidan la vista y ofrecen colores más fieles, como garantiza su certificación Pantone. Además, ha implementado la tecnología Spatial Vision, para disfrutar de contenido en 3D sin el uso de gafas especiales.

Y en accesorios para portátiles, Medrano destaca el sistema Anty Gravity System (AGS) que incorporan algunas de las mochilas Tucano para amortiguar la carga del peso sobre los hombros y la espalda.

Telefonía móvil

Honor remarca que su modelo Magic5 Pro incluye el motor de imagen Image Engine, con el algoritmo de captura en milisegundos Falcon, “que permite a los usuarios capturar escenas complejas con una velocidad y claridad extraordinarias”. Este dispositivo también cuenta con AI Motion Sensing Capture, funcionalidad que detecta automáticamente el punto más alto de un salto o el mejor momento de una carrera para tomar una foto mejor. Por otra parte, sus terminales disponen de atenuación dinámica inteligente

FOTO: HONOR



FOTO: SPC

y visualización nocturna circadiana, con ajuste de la temperatura de color, adaptándose a la última hora del día y ajustando el nivel de luz azul de la pantalla.

Martín indica que los nuevos terminales Gigaset, además de incorporar avances en cuanto a conectividad, rendimiento, batería, ergonomía, diseño y manejo intuitivo, hacen especial hincapié en la resistencia. Éste es el caso del GX4, “uno de los más resistentes del mercado y totalmente resistente al polvo y al agua”, comenta. Además, se puede extraer la parte trasera para cambiar la batería o añadir una microSD de hasta un 1TB de almacenamiento.

La responsable de SPC destaca la incorporación de la tecnología existente en los teléfonos de gama alta en sus terminales de gama de entrada, “a unos precios asequibles a todos los bolsillos”. “Veremos teléfonos con cámaras múltiples de hasta 50 MP, memorias de grandes capacidades y diseños exquisitos en terminales de poco más de 150 euros”, precisa.

Por otro lado, se detiene en los terminales diseñados para personas mayores. “Hemos introducido la conectividad 4G en los teléfonos de teclas para proporcionar al público sénior una cobertura mucho mayor y una calidad de voz HD, para que puedan disfrutar de conversaciones con un audio más nítido, alto y claro. Adicionalmente, en todos nuestros teléfonos para mayores incorporamos un conjunto de funcionalidades de ayuda inteligente llamada Smart Help, que buscan facilitarles el uso de la tecnología mediante la opción de configuración remota del teléfono desde otro dispositivo, así como la función de timbre inteligente, que sube el volumen del timbre al máximo si un mismo número intenta contactar dos veces seguidas con el teléfono de esa persona mayor”. Además, especifica que “Smart Help aporta tranquilidad al resto de la familia, que pueden saber si sus mayores están bien a partir de notificaciones inteligentes que el teléfono de esa persona mayor envía a otro móvil de confianza si observa una inactividad poco frecuente en el uso del terminal”.

FOTO: SMARTGYRO (QUATROTEC)



Finalmente, la responsable de Asus incide en que su gama de telefonía ahora cuenta con nuevas tecnologías de ventilación, así como la estabilización mediante un gimbal, “que permite grabar y hacer fotos en movimiento como si tuviéramos un trípode fijo”.

Hogar conectado

Martín indica que Gigaset Smart Home ha ido incorporado muchas innovaciones. Por ejemplo, ha desarrollado sistemas de alarma fáciles de instalar, evitando que el usuario tenga que pagar un coste adicional para su instalación. Indica que ofrecen una configuración sencilla mediante cuatro modos de la alarma (fuera de casa, en casa, individual y noche) y un uso totalmente intuitivo desde una aplicación móvil, almacenando en la nube los movimientos detectados. También cuenta con Smart Care, un producto destinado a velar por la seguridad de las personas mayores que viven solas, conformado por una estación base, un teléfono y un botón de emergen-

cia o pánico, que detecta posibles irregularidades en la rutina diaria gracias a sensores inteligentes y notifica al respecto, además de realizar una llamada de emergencia si es preciso.

Catediano resalta que la mayor innovación de la gama de productos del IoT de SPC consiste en la integración del Reinforcement Learning y el Big Data. “El aprendizaje por refuerzo y el Big Data, aplicados a un histórico de datos sobre las mediciones de los dispositivos en el hogar y a ‘insights’ meteorológicos, junto con la información de las tarifas contratadas para cada suministro (luz y/o gas), la temperatura objetivo a alcanzar y la hora establecida a la que se quiere conseguir, permiten dotar a estos dispositivos de gestión de temperatura de autonomía y autogobernabilidad”, detalla.

Movilidad

Cecotec destaca algunas de las innovaciones introducidas en sus patinetes eléctricos, como el sistema ‘S Driving System’. “Gracias a esta tecnología, son capaces de regular su potencia de forma automática para conseguir el mejor rendimiento en función de factores externos como el nivel de inclinación del terreno o el peso del conductor”, puntualiza.

Por su parte, el Gerente de Smartgyro habla de la conectividad y digitalización de sus vehículos eléctricos, gracias al uso de su aplicación móvil. “Hemos logrado la integración de dispositivos móviles que complementan a los dispositivos al ofrecer funciones de asistencia al cliente final -encendido de luces, bloqueo del patinete, puesta en marcha de modo crucero, etc.- y mejoran la experiencia de conducción y la comodidad del usuario”, detalla. Además, recalca otras innovaciones. Por ejemplo, en sus patinetes urbanos y ligeros, habla de la incorporación de suspensión trasera o la inclusión de un freno regenerativo independiente en la serie Z-ONE. En su gama ‘Pro’, se centra en la suspensión Ultraboost, la mejora de su sistema de luces o su triple sistema de frenado. Y en la gama Élite, la novedad es la posibilidad de personalización del producto, modificando elementos como sus frenos hidráulicos, su batería o la base empleada -goma o bambú-.