

número 75 - 2019

protiendas

la revista para proveedores y tiendas de electrodomésticos, electrónica, imagen y sonido

ENTREVISTA DITMAR VIERBUCHEN

DIRECTOR GENERAL
DE MIELE IBERIA

SISTEMAS DE CALEFACCIÓN Y ACS

PREPARADOS
PARA EL INVIERNO

ENTREVISTA DIEGO MATTIELLO

COUNTRY LEADER MDA
CANDY GROUP IBERIA

INNOVACIÓN EN EL SECTOR ELECTRO

ELECTRODOMÉSTICOS
EFICIENTES E
INTELIGENTES

CONGA
ROCKSTAR

Amplifica la potencia con el motor digital

La tecnología Digital Brushless Motor y sus hasta 24kPa elevan la potencia a ultrapotencia y aspiran hasta el último rincón en una sola pasada.

Conviértete en Cecopartner y súmate con nosotros a la ultrapotencia sin cables.



ROCKSTAR
100 VITAL

ROCKSTAR
200 ELITE

ROCKSTAR
300 X-TREME

ROCKSTAR
500 ULTIMATE

cecotec

cecopartners:

Forma parte de la revolución PAE.
partners@cecotec.es | 96 320 19 17 (Ext 306)

EL FRÍO LLEGA EN SILENCIO.



Y SE VA.

LLEGA EL CÁLIDO INVIERNO FUJITSU

Los splits de Fujitsu integran calefacción
y aire acondicionado para disfrutarlos todos los días del año.
La opción más cálida y silenciosa para olvidarse de la temperatura exterior.



disfrutaelfujitsu.com

**Productos que
dan negocio**
página 62

Noticias
página 04

Comunicados
página 60

**Nuevos
productos**
página 61



Sistemas de calefacción y ACS

página 10

Con la llegada del otoño, las tiendas de electrodomésticos se preparan para la llegada del frío. En los establecimientos podemos encontrar diferentes sistemas de calefacción que se adaptan a las necesidades de todo tipo de usuario...



Innovación en el sector electro

página 34

La innovación es esencial en el sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. El aumento de la eficiencia, la incorporación de nuevas funcionalidades, la simplificación del manejo o el aprovechamiento de las ventajas que ofrece la...



Ditmar Vierbuchen

DIRECTOR GENERAL
DE MIELE IBERIA

página 06

“Desde sus comienzos en 1901 el concepto empresarial que ha acompañado a Miele ha sido ‘Siempre mejor’. Una filosofía que se centra en la evolución...”



Diego Mattiello

COUNTRY LEADER MDA
CANDY GROUP IBERIA

página 30

“Candy Group busca ‘mejorar la vida cotidiana simplificándola’, satisfaciendo los requisitos de sus consumidores, a través de ‘una estrategia multimarca y multiproducto’. Dentro del grupo se reconocen...”



pro
tien
das
editorial



Editorial Protiendas, S.L.

Avda. Juan Carlos I, nº 13 - 6º A
Edificio “Torre Garena”
28806 Alcalá de Henares (Madrid)
Tel. 91 802 41 20 / Fax. 91 802 01 32
www.editorialprotiendas.es
contacto@editorialprotiendas.es
dept.redaccion@editorialprotiendas.es

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos aparecidos en esta publicación sin previa autorización por escrito de Editorial Protiendas S.L. Las opiniones y artículos publicados son responsabilidad exclusiva del autor, sin que esta revista las comparta necesariamente.

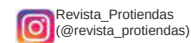
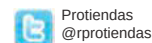
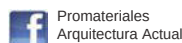
STAFF

Editora / Directora / Pilar Romero
Redactora Jefe / Laura García
Redactores y Colaboradores /
David Ramos y Andrea Sánchez
Administración / Alicia Écija

Marketing Online / José F. García Cervera
Directora de Arte / Marisol Navalón
Directora de Publicidad / Carmen Sánchez
Departamento Comercial / Paloma Elices,
Sandro Corrás y Lola Rubio
Soporte Informático / Dimanet Infomática

Impresión y Fotomecánica:
Avantia Comunicación Gráfica, S.A.
Formación, 16 - Pol. Ind. Los Olivos
28906 Getafe (Madrid)

Depósito Legal: M-38672-2005
ISSN: 1888-8429



B&B Trends presenta sus novedades en IFA Berlín 2019



B&B Trends, líder en pequeño aparato electrodoméstico, participó en la nueva edición de IFA, la mayor feria tecnológica de Europa, celebrada del 6 al 11 de Septiembre en Berlín.



En dicho evento, B&B Trends estuvo ubicada en el Hall 8.1 Stand 111, donde participó con su amplio catálogo de productos que incluye las más de 70 novedades y futuros lanzamientos de sus marcas Ufesa, Di4 y Daga.

La feria, considerada un punto de encuentro de referencia, fue el lugar escogido por B&B Trends para compartir su 'know how' en innovación y desarrollo tecnológico con líderes de la industria y visitantes de todo el mundo. Además, esta cita es un emplazamiento inmejorable para establecer acuerdos comerciales.

Como se comentaba anteriormente, B&B Trends acudió al evento con todas sus marcas, así Ufesa estuvo presente con nuevos desarrollos en todas las familias del cuidado de la ropa, cuidado del suelo, preparación de alimentos, desayuno, cuidado del cabello, tratamiento del aire y calefacción. Di4 expuso sus novedades sobre planchado producidas en su propia fábrica de Vitoria, que destaca por su capacidad de desarrollo y una fuerte apuesta por la I+D. Y Daga mostró su gama completa con las líneas de calor textil, de fabricación propia, de salud, confort y bienestar.

Seis consejos para elegir el lavavajillas perfecto de la mano de Teka



El lavavajillas se ha convertido desde hace años en un electrodoméstico básico en la cocina. Gracias a su evolución en los últimos años, la variedad y flexibilidad de este electrodoméstico permite ajustarnos mucho más a nuestro día a día y no precipitarnos en la compra. Por ello, Teka recuerda seis factores claves a tener en cuenta para elegir el lavavajillas que más se adapta a tus necesidades:

1. Capacidad. La evolución natural de este electrodoméstico permite elegir la capacidad que más se ajuste a las necesidades del usuario.



2. Tipos de instalación. Los hay de dos tipos: aquellos integrables, diseñados para una total integración en la cocina, ya que se utiliza la puerta de tu mueble y queda totalmente oculto y armonizado con la estética del espacio; y aquellos de libre instalación, preparados para cualquier cocina con una gran variedad de acabados; aunque Teka recomienda elegir el acero inoxidable antihuellas.

3. Tamaño. Esto está directamente relacionado con el gasto diario y con el espacio de la cocina. Los lavavajillas compactos pueden encajar en prácticamente cualquier rincón y ofrecen las mismas prestaciones de limpieza que un electrodoméstico grande.

4. Organización del electrodoméstico. La organización interna del lavavajillas ayuda a optimizar el proceso de limpieza y el secado, tanto por tiempo como por resultados.

5. Seguridad. Existen sistemas que bloquean la entrada de agua para evitar posibles fugas en caso de avería, evitando así inundaciones.

6. Eficiencia energética. Hay que asegurarse de que el electrodoméstico cuenta con determinadas opciones para ahorrar tiempo y dinero, además de echar una mano al planeta.

Mitsubishi Electric inaugura las nuevas instalaciones de la Academia 3 Diamantes



Mitsubishi Electric, líder mundial en desarrollo y producción de dispositivos eléctricos y electrónicos utilizados en procesos de información y comunicaciones, inauguró a finales de Septiembre las nuevas instalaciones en Madrid de su Academia 3 Diamantes, un centro de formación para los profesionales del clima.



En palabras de Pedro Ruiz, Director General de la División Aire Acondicionado Mitsubishi Electric Europe, B.V. Spanish Branch: "La actividad de formación a través de la Academia 3 Diamantes es estratégica porque permite fundamentar nuestra diferenciación técnica y de calidad, fiabilidad e innovación; nos acerca a nuestros clientes y sus inquietudes, y -en definitiva- nos ayuda a mejorar cada día escuchando; por eso es fundamental contar con instalaciones amplias y de calidad".

Durante la jornada los asistentes pudieron conocer al detalle el Plan de Formación que ahora arranca, así como todos los recursos tanto presenciales como online referidos a cada una de las áreas temáticas que abarca la formación.

Este Plan tiene un claro foco en producto según: gama doméstica y comercial, gama ECODAN, gama City Multi, Ventilación y Enfriadoras, segmentación que permite seleccionar el contenido de la formación de una forma precisa para asegurar la formación justa y necesaria de los asistentes a estos cursos. Pero, además, se realizarán jornadas y seminarios centradas en aquello que es relevante para los profesionales del clima: normativa, regulación e innovaciones tecnológicas y medioambientales.

Los electrodomésticos Fagor vuelven al mercado español



El Grupo Amica, fabricante de electrodomésticos con presencia en más de 60 países, ha firmado un acuerdo de licencia con Fagor S.Coop. para la venta de electrodomésticos de línea blanca bajo la marca Fagor. De esta manera, la reconocida marca en España regresa al mercado ofreciendo una completa gama de productos de la

más alta calidad. El acuerdo para el Grupo Amica va a ser un paso clave en su proceso de crecimiento en el mercado europeo y la marca seguirá perteneciendo a Fagor S.Coop.



Fagor se incorpora al portfolio de marcas del fabricante de electrodomésticos que, aprovechando su enorme experiencia internacional, ayudará a la reconocida marca en España a regresar a los mercados donde ya cuenta con un alto nivel de reconocimiento. Este regreso se va a fundamentar en una completa gama, moderna e innovadora, diseñada con especial atención a la ergonomía de uso y útiles funcionalidades.

"El acuerdo firmado nos va a permitir aprovechar nuestra experiencia internacional y hará que los electrodomésticos de línea blanca Fagor vuelvan a las tiendas de toda España. Estoy convencido de que nuestra nueva gama de productos va a suponer un gran éxito entre los consumidores y la distribución. Asimismo, Fagor va a volver a ser una marca de referencia en España. Vamos a hacer todo lo posible para que las primeras unidades de productos empiecen a llegar a las tiendas antes de finales de año", comenta Vicente Sánchez, Managing Director para el mercado español.

LLEGA LA INDUCCIÓN INTELIGENTE

Nueva placa **DirectSense**



Donde se cocina la vida



Ditmar Vierbuchen

Director General de Miele Iberia



“El punto más importante de la sostenibilidad en nuestra compañía es la idea de fabricar un producto que tenga una vida útil equivalente a 20 años. El impacto ambiental de un producto que no tiene que ser reemplazado después de 7 o 10 años es mucho menor que del resto...”

Desde sus comienzos en 1901 el concepto empresarial que ha acompañado a Miele ha sido “Siempre mejor”. Una filosofía que se centra en la evolución constante de la calidad y de la tecnología para conseguir la identificación de la marca con la máxima calidad de producto. En la actualidad esta filosofía todavía se mantiene, ahora teniendo muy presente que esa búsqueda de la calidad debe estar en sintonía con el cuidado del medioambiente. Para conocer aún más los valores de la compañía, sus productos, sus expectativas de futuro... Ditmar Vierbuchen, Director General de Miele Iberia, ofrece esta entrevista.

Los más de cien años en el panorama de las compañías de electrodomésticos abalan vuestro éxito, pero... ¿cuáles son los pilares para mantenerse en lo más alto?

El pilar fundamental es el trabajo constante. En un mercado tan competitivo como el nuestro tenemos la continua necesidad de innovar, desarrollar y adaptar nuestros productos en función de las necesidades de nuestros consumidores. Esto es lo que nos ha permitido ser una compañía de referencia en el sector de los electrodomésticos de alta gama. Naturalmente, acompañado de otras tres premisas básicas para nosotros como la apuesta por la alta calidad, el diseño y desarrollo de productos duraderos testados para una vida útil equivalente a 20 años.

¿Cómo valora todo este tiempo en el sector electro?

El balance es muy positivo. Es un sector que tiene por un lado una competitividad muy alta y por otro un avance en la tecnología fortísimo. Esto significa que los cambios son continuos y tenemos que adaptarnos para dar siempre la mejor solución a nuestros clientes. Además, la crisis ha contribuido a que el sector sea capaz de adaptarse cada vez mejor a esos cambios y novedades.

Actualmente, la mayor revolución que estamos viviendo es la digitalización de nuestro ambiente, en tiendas, en producto, en comunicación y naturalmente en la venta. Por ello Miele ha renovado su forma de pensar y distribuir su producto, incluyendo la nueva gestión digital.

¿Qué momentos han sido los momentos más significativos para la compañía?

Es difícil escoger un momento porque en Miele damos importancia a cada detalle, por lo que vivimos con emoción y atención desde la obtención de una nueva patente hasta la apertura de un nuevo Miele Experience Center, como ha ocurrido en Portugal y Bilbao, o un mega lanzamiento como el de la Generación 7000.

Dicho lanzamiento, ha supuesto la renovación de más de 300 productos y es el más importante que ha realizado la marca a lo largo de sus más de 120 años de historia.





Para conocer un poco más la envergadura de Miele, ¿cuáles son sus magnitudes actuales? ¿Qué estrategia de expansión persiguen?

A nivel económico Miele ingresó 4.100 millones de euros en su último año fiscal, concluido en junio de 2018, lo que supone un 4,3% más que durante el anterior ejercicio. A nivel mundial, en la compañía trabajamos un total de 20.098 empleados y, más concretamente, en Miele Iberia somos 250 personas.

España es un mercado en el que la crisis impactó notablemente. Sin embargo, Miele siempre ha estado convencida de su potencial y decidió seguir apostando por el mismo e incluso invertir en épocas complicadas. Gracias a esto, hoy estamos

viviendo una tendencia al alza en cuota de mercado en la mayoría de nuestras gamas en el país. Además, ya contamos con 4 Miele Experience Centers en España, showrooms de la marca donde el consumidor puede vivir una experiencia interactiva con más de 200 electrodomésticos dispuestos en espacios situados en las mejores zonas de ciudades importantes de la península. Nuestra política de la distribución selectiva está orientada en el enfoque en clientes que quieren desarrollar la marca y donde les podemos asegurar un producto con la mejor calidad integrado en un concepto a la altura de la marca.

Uno de los ítems que se marcan en la filosofía de la compañía es la sostenibilidad, ¿en qué tipo de iniciativas trabajan para respetar el medioambiente en su actividad empresarial?

El punto más importante de la sostenibilidad en nuestra compañía es la idea de fabricar un producto que tenga una vida útil equivalente a 20 años. El impacto ambiental de un producto que no tiene que ser reemplazado después de 7 o 10 años es mucho menor que del resto, por mucho que se garanticen otro tipo de los ahorros y eficiencia energética. Sin embargo, también trabajamos diariamente para ofrecer los mejores resultados en estas otras cuestiones.

En Miele producimos los electrodomésticos pensando en el impacto medioambiental que pueden tener en el planeta, consiguiendo así ser la marca líder del sector en desempeño ambiental, especialmente para emisiones de CO₂, eficiencia energética y de recursos. Desde nuestra área de I+D+i trabajamos continuamente para lograr que nuestros productos sean cada vez más eficientes, pero también para serlo nosotros. Por ello,

en los últimos 18 años hemos logrado reducir el consumo de energía en las plantas de producción en más del 15 por ciento, a pesar de los aumentos considerables en la producción. Nuestro objetivo es reducir aún más, en un 20 por ciento hasta 2025 y convertirnos en la empresa más sostenible de la industria.

En la actualidad, ¿qué gama de productos podemos encontrar bajo el distintivo de Miele? ¿Cuál diría que es el buque insignia?

Lo cierto es que Miele es especialmente reconocido en España por todo lo relacionado con su gama de agua, tanto cuidado de la vajilla como de la ropa. Sin embargo, durante los últimos años la compañía está apostando especialmente por la gama de cocción, algo que se ve claramente reflejado en el





lanzamiento de la nueva Generación 7000, que abarca todo tipo innovaciones en esta área y consigue dar las mejores respuestas a los actuales consumidores.

En cualquier caso, me atrevería a decir que, a pesar de todo, el buque insignia de la marca es la innovación y gracias a ella Miele ha podido crear nuevas gamas de producto, acorde a la sociedad actual. Por ello, hoy en día podemos encontrar desde un microondas con vapor combinado o una placa de inducción total que guarda los ajustes de temperatura, hasta un envasado al vacío perfecto para cocinar a baja temperatura.

Profundizando aún más en los productos, ¿cuáles son las últimas novedades que podemos encontrar en el mercado?

Como ya he destacado, hemos lanzado la Generación 7000, un hito histórico en los 120 años de la compañía. Hemos conseguido llevar la dosificación automática de detergente al lavavajillas, lanzando el primer lavavajillas autónomo del mundo con PowerDisk integrado, renovando para ello más de un 90% de las piezas. A su vez la gama de cocción viene acompañada de muchas sorpresas y novedades, tanto en diseño, donde ofrecemos hasta 4 líneas en función de las preferencias del consumidor y tendencias del mercado, como en innovación, donde las funcionalidades son infinitas. Con la Generación 7000 se puede desde subir en 'real time' a tus RRSS fotos de cómo estás preparando tu receta en el horno gracias al sistema Food view de Miele con cámara integrada, hasta disponer del único horno del mercado que evita el exceso de cocinado gracias a su apertura automática.

En definitiva, todas las novedades de esta Generación están centradas en ofrecer la mejor experiencia en la cocina a nuestro consumidor.

¿Cuáles son las características que diferencian a los productos de Miele dentro del sector?

Calidad y buenos resultados, indudablemente, porque Miele crea sus productos sobre la premisa de ofrecer una vida útil equivalente a 20 años de durabilidad con los mejores resultados. De hecho, Miele ha sido elegida por una prestigiosa organización de consumidores este año como la marca más duradera del mercado. Pero también destacaría al mismo nivel si cabe por la innovación; desde que patentamos la bandeja portacubiertos, no hemos dejado de ofrecer novedades tecnológicas a nuestros consumidores de forma constante. Otro de nuestros puntos diferenciales es el diseño ofrecido a través de productos perfectamente integrados en los espacios del hogar. Y, por último, quiero resaltar la fuerte apuesta de Miele por la fabricación propia, y por cuidar cada detalle del proceso de fabricación, como si de un trabajo de artesanía se tratase. Estos pilares son la propuesta de valor añadido de Miele al consumidor.

En su estrategia de fidelización del cliente ponen a su disposición el servicio Club Miele, ¿en qué consiste? ¿Qué uso le dan los clientes?

Miele Club es una forma de agradecer y premiar a los consumidores que son fieles a los valores de la compañía y repiten con nuestros electrodomésticos. Es una forma más tangible, a través de múltiples ventajas, como descuentos en producto o invitación a eventos exclusivos, de comunicarnos con el consumidor de tú a tú. Detectamos que había muchísimos consumidores que tenían más de 2 o 3 electrodomésticos Miele en casa, y nos dijimos a nosotros mismos ¿por

qué no estar más en contacto con ellos ya que llevan tantos años apostando por Miele? Y así surgió Miele Club, de esa necesidad de estar más en contacto con nuestros consumidores en un entorno que para Miele sigue siendo familiar con todos ellos.

A su vez es una forma de conseguir cada vez una comunicación más personalizada y segmentada con los mismos. Puedes incluir tus intereses en tu cuenta de forma que sólo te llegarán comunicaciones acordes a esos intereses.

En definitiva, la creación de este club no ha sido sólo con el fin de agradecer a nuestros consumidores su confianza, sino que también nos ha brindado la oportunidad de mejorar nuestra relación con ellos a través de comunicaciones más segmentadas.

Para finalizar, ¿qué objetivos se han marcado para el futuro?

Todo nuestra pasión y esfuerzo va enfocado hacia ser la marca premium más fiable y deseada del sector. Esto, como es lógico, requiere ir un paso por delante de lo convencional y de los estándares del mercado, innovando y sorprendiendo a nuestros consumidores con la mejor experiencia.

Con un mejor conocimiento del consumidor y gracias a los electrodomésticos conectados de Miele, podremos adelantarnos a los deseos de nuestros consumidores y cumplir nuestra promesa de valor creando experiencias únicas, redefiniendo la excelencia cada día y permitiendo con ello que sigan apoyándose en nosotros para expresar su estilo y filosofía de vida. Es ahí donde nos gustaría estar el día de mañana y donde creemos que podemos aportar gran valor.



CONÉCTATE A LAS SOLUCIONES

fersay.com



Aportando gran valor al punto de venta

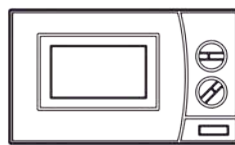
Pequeño electrodoméstico



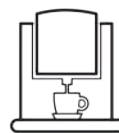
Lámparas,
Filtros,
Motores,
Botoneras...



Platos,
Lámparas,
Mandos, Tapas
Antisalpicadura...



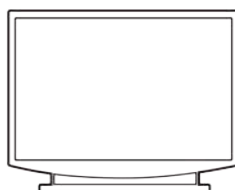
Jarras
Filtros,
Juntas...



Gomas,
Asas,
Mangos...

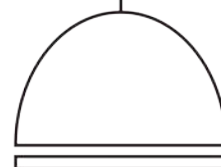


Soportes, Mandos,
Cables, TDT,
Antenas...



Baterías
Cargadores
Altavoces
Pilas...

Portalámparas,
Lámparas de bajo
consumo,
Halógenos...



Cajones, Tiradores,
Lámparas,
Filtros de agua...

Cierres, Bombas Desagüe,
Gomas Escotilla,
Botones, Cajón Jabón...

Cestos, Ruedas,
Aspersores, Botones
Módulos Electrónicos...

Lámparas,
Resistencias,
Bandejas, Rejillas...

Placas, Cristales,
Embellecedores...

Bolsas, Filtros,
Tubos, Cepillos...

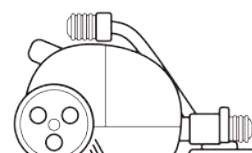
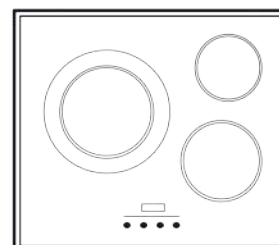
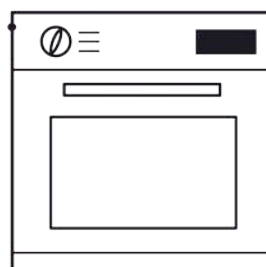
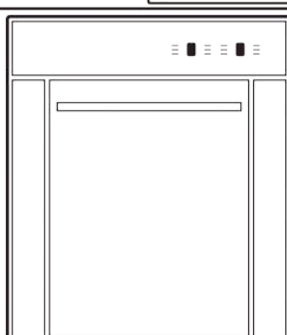
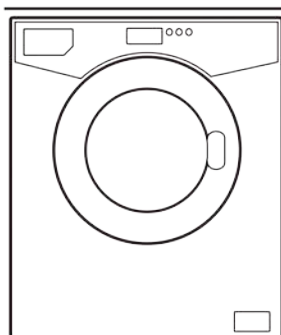




FOTO: GRUPO VAILLANT-SAUNIER DUVAL - VAILLANT

Sistemas de calefacción y ACS

Preparados para el invierno

Con la llegada del otoño, las tiendas de electrodomésticos se preparan para la llegada del frío. En los establecimientos podemos encontrar diferentes sistemas de calefacción que se adaptan a las necesidades de todo tipo de usuario. Sea cual sea el sistema escogido, todos tienen un objetivo en común: la búsqueda del mayor confort para el usuario, pero con la máxima eficiencia posible.

Todos los usuarios no son iguales. Ni sus necesidades son las mismas. Por eso, en las tiendas de electrodomésticos encontramos diferentes sistemas de calefacción, con sus ventajas e inconveniente, que se adaptan a la demanda de todo tipo de consumidores. En este reportaje vamos a repasar algunos de los productos y sistemas que podemos encontrar en los establecimientos especializados de electrodomésticos, sus principales características y las innovaciones que van llegando a cada familia.

Calderas

La calefacción por radiadores con agua calentada mediante caldera de gas es el sistema más habitual en nuestro país. “Las calderas murales son la solución más común en el mercado de calefacción en España. Al ser su combustible el gas, su coste de uso es bajo. Su instalación está especialmente indicada para vivienda vertical y para calentar toda la casa”, detalla Juan Fernández Renieblas, Director de Cointra, marca del Grupo Ferrolí.

Las exigencias normativas han impulsado el desarrollo de las calderas de condensación, que se han convertido en el estándar del mercado. Óscar Uña de Paz, Heating Product Manager de Tecna Grupo Arbonia, fabricante de marcas como Kermi, Vasco, Arbonia o Clage, señala que “la instalación de calderas de condensación mixtas con radiadores es lo más común” en nuestro país.

Anna Sayeras, Product Marketing Manager de Ariston Thermo Group, coincide en que “las calderas de condensación son una de las principales opciones actualmente, teniendo en cuenta que está teniendo lugar en el mercado un proceso de sustitución de las calderas antiguas por otras de condensación, que son más eficientes”. Especifica que “el hecho de que puedan adaptarse a la instalación existente supone una gran ventaja, que facilita enormemente su incorporación a las viviendas y locales, además de suponer una gran mejora, gracias a la tecnología de condensación”.

Una de las innovaciones que irrumpen con mayor fuerza es la conectividad de los equipos. “La conectividad está presente a través de nuevas funciones inteligentes que buscan ofrecer a los consumidores todas las facilidades y la mayor tranquilidad, tanto con la utilización de los aparatos como a la hora del consumo y la factura”, indica Sayeras. Asimismo, destaca la incorporación de termostatos inteligentes, que permiten encender, apagar, programar y regular la caldera de manera remota a través de una app y que son compatibles con los principales asistentes de voz. Incluso se ofrece la posibilidad de asistencia remota online en cualquier momento, a través de estas apps.

Cuando se trata de renovar una caldera, la Product Marketing Manager de Ariston recalca que “es importante el tipo de instalación existente, para saber si es necesario realizar algún tipo de obra o



FOTO: HISENSE

reforma o simplemente debe adaptarse la instalación a la nueva caldera”. También indica que habrá que “conocer el espacio en el que se va realizar la instalación y las condiciones del mismo”, ya que “es el punto de partida básico para realizar una instalación correcta y que el resultado sea óptimo”. Además, pone el acento en el que prescriptor debe considerar la eficiencia energética, la potencia adecuada -según la zona climática, aislamiento, superficie a calentar...-, la facilidad de uso del aparato -conectividad, sencillez de regulación de la temperatura, programación, etc., presupuesto, opciones de garantía y mantenimiento, etc.

Sistemas de aerotermia

“La aerotermia, y su materialización en los equipos de bombas de calor, es una opción que actualmente está viviendo un momento de gran crecimiento. El motivo es que, al tratarse de una energía renovable, se trata de una solución de un gran nivel de eficiencia, ya que recurre al calor ya existente, sin necesidad de generarlo desde cero. De este modo, se posiciona como una de las opciones principales para todos aquellos que quieran optar por un sistema de calefacción más limpio y respetuoso con el medioambiente”, afirma la Product Marketing Manager de Ariston.

Laura Salcedo, Directora de Marketing de Lumelco, distribuidor de Mitsubishi Heavy Industries (MHI), ahonda más en su funcionamiento. “La bomba de calor es un sistema de alto rendimiento que captura la energía del aire ambiente -fuente renovable-, consiguiendo

multiplicar la potencia térmica de la potencia eléctrica que realmente consume. Es decir, una bomba de calor es capaz de darnos, en términos generales, 4 KW de potencia térmica consumiendo sólo 1 KW eléctrico. El resto es captado del aire ambiente -aerotermia- de manera gratuita. Por tanto, el ahorro energético y económico es la ventaja más importante”.

En este sentido, Óscar Gundín, National Sales Manager AC de Hisense, reseña que “la calefacción por aerotermia es un 25% más barata que por gas”. Y Ángel Claramunt, Brand Manager de Midea, marca distribuida por Frigicoll, indica que “un buen uso de esta tecnología permite alcanzar un ahorro en la factura de hasta

FOTO: JUNKERS

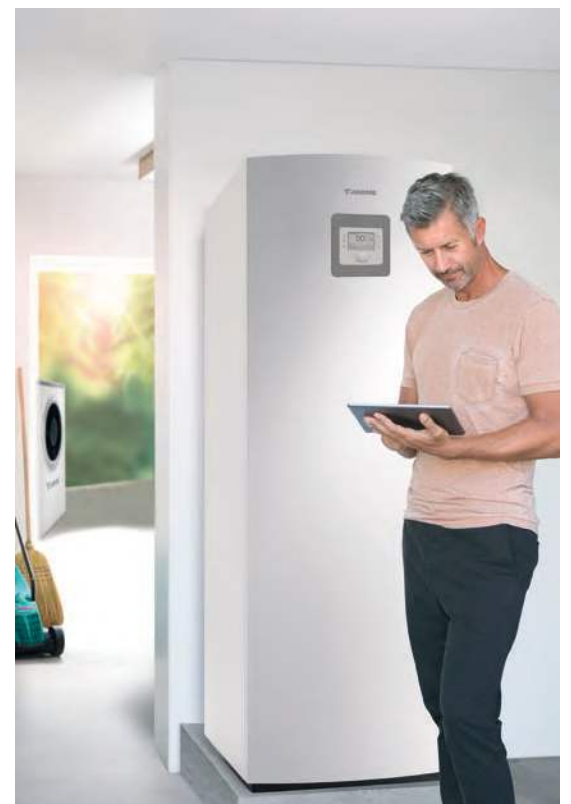


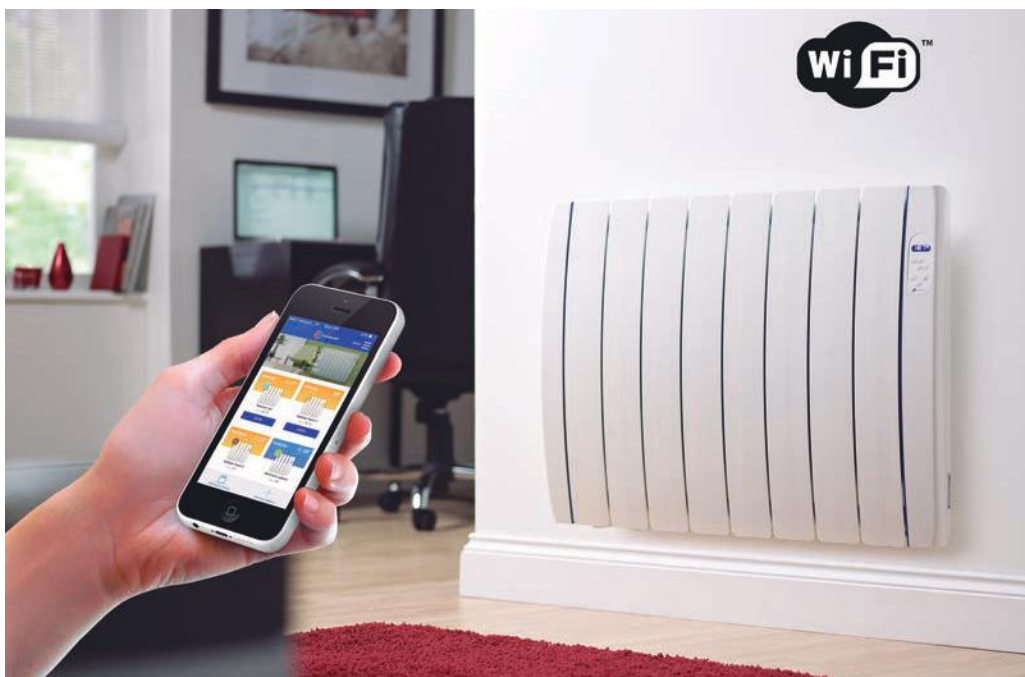


FOTO: LUMELCO (MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES)

aproximadamente un 30-35% respecto una caldera de gas convencional". Remarca que "este ahorro se traduce en una disminución de las emisiones de gas contaminantes y de efecto invernadero, lo que ayuda a alinearnos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda ONU 2030". Además, incide en que "la Península Ibérica, con su clima templado/cálido, es el lugar ideal para la utilización de este tipo de tecnología".

Disponemos tanto de sistemas aire-agua como aire-aire. Los primeros pueden usarse tanto con radiadores como con suelo radiante. Los segundos, con splits y en sistemas de conductos. Por otra parte, encontramos sistemas compactos o monobloc y partidos o split. "En el sistema compacto, la unidad exterior suministra agua caliente directamente para los distintos servicios. Y el sistema tipo split requiere una unidad interior, denominada hidrokita, donde se realiza el intercambio entre gas y agua, a partir de donde se produce el agua caliente para los servicios",

FOTO: MARSAN INDUSTRIAL (HAVERLAND)



explica Alejandro Fernández, Technical Manager de Samsung Climate Solutions.

En cualquier caso, los sistemas de aerotermia no requieren acometida de gas ni depósito de combustible. "El consumo es exclusivamente de energía eléctrica, por lo que el usuario no depende de otros suministros como el gas o combustible", declara Gundín. Salcedo recalca que esta circunstancia conlleva un ahorro de espacio, "ya que no acumulamos ningún tipo de combustible". Esto se traduce también en una mayor seguridad, además de hacer innecesaria una salida de humos o una sala especial que cumpla con una normativa específica. Otra de sus ventajas es que un solo equipo puede suministrar calefacción, refrigeración y agua caliente sanitaria. Además, pueden integrarse con facilidad con

otros sistemas ya instalados. Y también pueden combinarse con energías renovables, como solar fotovoltaica o eólica.

"Es ideal para viviendas unifamiliares, pudiendo instalarse tanto en obra nueva como en proyectos de reforma, siendo la alternativa más eficiente a las calderas tradicionales", señala Paloma Sánchez-Cano, Senior Manager Marketing, Training & Corporate Development de Daikin AC Spain. Por su parte, el Product Manager de Tecna Grupo Arbonia destaca el aumento de la instalación de bombas de calor con suelo radiante en obra nueva.

En cuanto a posibles inconvenientes de este sistema, Sayeras anota que "las bombas de calor requieren una inversión inicial superior a la de otros sistemas, aunque la misma se vaya a ver luego compensada con la gran reducción en el consumo diario y mensual, que puede descender hasta en un 80% respecto del consumo anterior". Igualmente, Jordi Clotet, Product Manager & RAC de Panasonic Iberia, afirma que "el coste inicial se rentabiliza en poco tiempo", puesto que "el ahorro es considerable, comparado con las calderas de gasóleo y los calentadores eléctricos".

En caso de decantarse por un sistema de bomba de calor por aerotermia, Salcedo detalla que "es muy importante valorar la etiqueta energética del producto, para saber el rendimiento y consumo que nos va a ofrecer ese equipo, las funcionalidades que nos ofrece el mismo -funcionamiento por sensor de presencia, funciones 'eco', operaciones de limpieza de filtros...-. así como conocer el respaldo de la marca ante una posible incidencia.

Además, se trata de una gama de productos en constante evolución. Éstas son algunas de las innovaciones que están llegando:

Conectividad. "La sociedad actual se caracteriza por su conectividad, lo que se ve reflejado en la clara tendencia que existe a que todos los aparatos estén conectados entre sí. Es decir, el llamado Internet de las Cosas (IoT, en sus siglas en inglés). Por eso, apostamos por la conectividad en la vida de las personas, para elevar su nivel de confort de forma eficiente y sencilla. Por ejemplo, contamos con el controlador inteligente 'Junkers Easy Control CT 100', que permite controlar a distancia y de forma táctil la calefacción y el agua caliente en los hogares a través de smartphones o tablets. Su manejo, sencillo e intuitivo, se realiza a través de la app 'Junkers Control', que permite ajustar la programación de las soluciones de climatización y monitorizar el consumo, consiguiendo así optimizar el consumo de energía, ahorrar en la factura y aumentar la eficiencia de la instalación", detalla la firma. Asimismo, Clotet se detiene en la centralización remota de las instalaciones, "desde cualquier lugar y de forma ininterrumpida las 24 horas del día, los 365 días del año", gracias al sistema en la nube de Panasonic, que permite el control completo desde la tablet o el ordenador.

El aire como fuente gratuita de climatización.

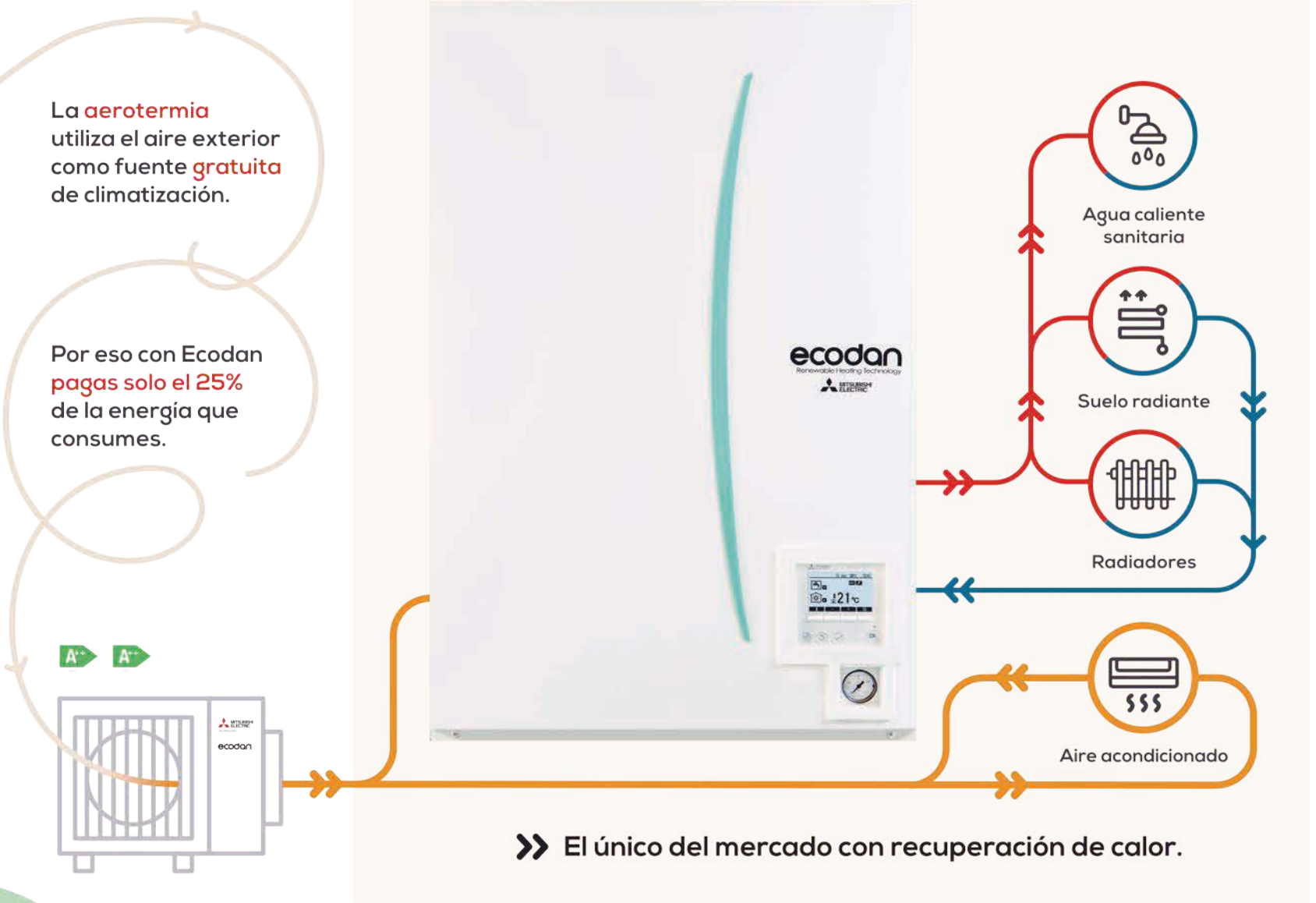


Calefacción, aire acondicionado
y ACS en **un único sistema.**



La **aerothermia**
utiliza el aire exterior
como fuente **gratuita**
de climatización.

Por eso con Ecodan
pagas solo el 25%
de la energía que
consumes.



¡Hasta un
50% de ahorro
en la factura!

- ⚡ Sin instalación de gas o combustible, 100% eléctrico.
- ✓ Sin inspecciones periódicas.
- ♻️ Energía renovable.

#SiempreContigoMitsubishiElectric

¿CUÁLES SON LOS EQUIPOS MÁS DEMANDADOS?

Fernández Renieblas (Cointra-Grupo Ferrol) indica que la caldera de mayor venta es la de 24 kW, "lo que no implica que sea siempre la mejor solución para todas las casas, especialmente para las que disponen de dos baños, donde la de 28 kW es, quizás, la más adecuada", advierte.

En el caso de la bomba de calor, Jordi Clotet (Panasonic) afirma que "actualmente, debido a la recuperación de la obra nueva y a que ésta está vinculada, mayoritariamente, con la vivienda vertical de pocos metros cuadrados, los modelos más demandados son los integrados, que reúnen todos los servicios y componentes en una única unidad". Sin embargo, opina que "cuando el mercado de la renovación y la reposición se imponga, posiblemente veremos una recuperación de los modelos bibloc, que permiten una mayor flexibilidad de instalación y componentes, aunque esto suponga ocupar algo más de espacio en la vivienda". Asimismo, Abel Pedrós (Eurofred) señala que "la bomba de calor mixta y compacta es el producto más demandado, ya que ofrece de forma simultánea ACS y climatización y puede instalarse con suelo radiante o refrescante".

Laura Salcedo (Lumelco-MHI) especifica que "el producto más demandado es la bomba de calor de 3.000 frigorías en formato de split de pared"; mientras que "para los equipos de conductos, la bomba de calor más utilizada es la de 6.000 frigorías". Además, comenta que "controladores táctiles, sensores de presencia o posibilidad de control remoto vía wifi son algunas de las soluciones más buscadas por los usuarios".

Cuando se trata de aparatos de aire acondicionado portátil con bomba de calor, Juan Berganza (Linea Plus Essege) indica que normalmente se apuesta por productos de "9.000 BTU y alta capacidad de aire, en una horquilla de precios entre 299 y 329 euros".

Si hablamos de emisores térmicos eléctricos, el responsable de Cointra-Grupo Ferrol anota que el consumidor se suele decantar por los equipos de fluido, "debido a la mejor inercia que tiene el fluido caloportador". Especifica que los aparatos de 1.000-1.200 W son los que tienen "mayor rotación". Igualmente, Berganza señala que "las potencias normalmente se sitúan entre 900 W y 1.200 W, que son los equipos que suelen instalarse en las estancias donde discurre el día a día de una oficina o de una vivienda". Precisa que "el precio suele situarse entre los 240 euros y 275 euros, dependiendo mucho de la calidad, electrónica, el aluminio, el fluido interior del producto, etc.". En cuanto a los emisores secos, señala que "lo normal son modelos desde 1.000 W hasta 2.000 W, con precios desde 129 euros hasta 169 euros". Y cuando se trata de secatoallas, detalla que se suelen comprar equipos "de 450 W a 750 W, con precios desde 245 hasta 280 euros, de fluido de alta calidad y con control digital o mecánico".

Por otra parte, Beatriz Márquez (Marsan Industrial-Haverland) destaca que los compradores de emisores térmicos eléctricos cada vez apuestan más por "emisores que se pueden manejar desde una app, lo que permite controlar desde cualquier lugar y en cualquier momento".

Respecto a las estufas, Miguel Ángel Navas (PVG) explica que la potencia varía dependiendo del tipo: en estufas de parafina, la potencia más demandada es de 3 kW; en la de pellet, de 8 y 9 kW; en estufas de gas, se buscan potencias de 4 kW; y en las eléctricas, se va hacia equipos de 2 kW de potencia, según indica.

Igualmente, Berganza puntualiza que en estufas de parafina el consumidor se suele decantar por potencias de 2.400 W a 3.000 W, con precios en una horquilla de 89 euros -primer precio en mecha- a 169 euros -primer precio en eléctricas-, aunque también hay demanda en "una gama media potente, de 3.200 W a 4.000 W, donde la calidad se valora". En estufas de bioetanol, señala que se buscan aparatos de 2.300 W a 3.000 W y con ventilación, con un precio de 229 a 519 euros.

En cuanto a la generación de ACS, Guadalupe Fernández Borralló (Tesy) reseña que el perfil de termo eléctrico más demandado es el de 80 litros, de instalación vertical y resistencia blindada de cobre. "Este tipo de termo estándar es económico y generalmente el más solicitado por el instalador. No obstante, el usuario final cada vez entiende más y mejor las diferentes opciones que hay en el mercado y empieza a demandar un producto más especializado, con un diseño específico y con mayores funcionalidades encaminadas al ahorro y mejor servicio en el suministro", añade.

Asimismo, Fernández Renieblas señala que el termo de 80 litros "es siempre el que más se demanda", debido a su tamaño mediano. Además, resalta que "cada vez se tiende más a productos 'smart' o que de alguna forma consuman menos". En cuanto, al perfil del calentador de gas más demandado, indica que suele tratarse de un equipo de 11 litros estanco termostático. "Es el 90% del mercado en este momento", precisa.

termodinámicas". Igualmente, el Product Manager de Panasonic incide en que el R32 "es fácil de reciclar, con un impacto nulo en la capa de ozono y un 75% menos de impacto en el calentamiento global, lo que ayuda a reducir la huella de carbono". Además, apunta que "es una alternativa más económica, con una mayor eficiencia y una reducción del refrigerante usado del 30%, lo que supone un ahorro de costes e importantes beneficios ambientales".

Combinación con energía solar. "Las nuevas aerotermias incluyen la posibilidad de integrarse con un sistema fotovoltaico solar, con un simple contacto libre de tensión. De esta manera, si tenemos producción solar, la consigna del equipo se vuelve más exigente automáticamente y podemos sacarle el máximo partido a nuestro sistema", detalla el responsable de Samsung. Igualmente, respecto a la combinación con instalaciones fotovoltaicas, Javier Basterrechea, Product Manager de Toshiba, señala que "ya hay sistemas de integración directa que permiten gestionar y aprovechar el exceso de energía a un coste cero".

Compactos. El responsable de Hisense hace hincapié en el desarrollo de equipos más compactos, "para adaptarse a espacios más pequeños, reduciendo las dimensiones de sus componentes".

Aire acondicionado con bomba de calor

También son una opción los equipos de aire acondicionado con bomba de calor. "Son la opción perfecta para aquellas zonas donde las temperaturas no llegan a mínimas muy bajas y también para las épocas de entretiempo en las que no es necesario encender la calefacción. Además,

FOTO: SAMSUNG



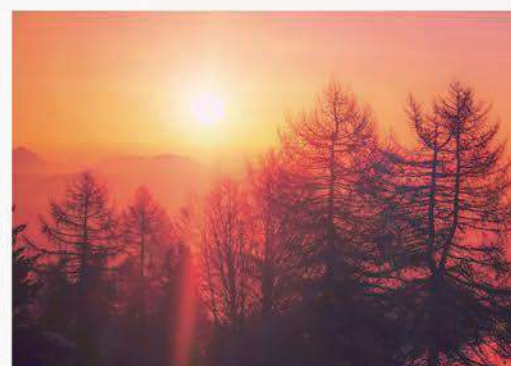
Gas refrigerante R32. La responsable de Lumelco-MHI incide en la utilización de este nuevo tipo de gas refrigerante, "con cero

agotamiento de la capa de ozono y bajo potencial de calentamiento atmosférico, aparte de excelentes propiedades

Descárgatelo en nuestra web:
www.lineaplus.eu



El gran conocimiento del producto y un equipo experto nos permite a **Línea Plus** ofrecer un amplio abanico de soluciones de **alta eficiencia energética** para el hogar.



Nuestras soluciones



Calidad del aire

Descubre nuestra amplia gama de Deshumidificadores, Purificadores y Humidificadores.



Emisores Térmicos de fluido

Descubre nuestra amplia gama de emisores.



Calefactores eléctricos

Emisión de calor muy intenso e instantáneo.



Estufas de Parafina y Combustible Parafínico sin olor

No requieren salida de humos, son silenciosas y apenas requieren mantenimiento.



Control Inteligente de la calefacción

Controle su caldera mediante radiofrecuencia para un mayor confort.



Estufas y chimeneas de Bioetanol

Productos eficientes y fáciles de usar que permiten calentar cualquier ambiente de forma natural y agradable.



FOTO: TESY

nuestros equipos pueden controlarse desde el móvil por lo que es posible encenderlo antes de llegar a casa para tener la temperatura perfecta”, detalla Sánchez-Cano.

Asimismo, Claramunt considera que “los aires acondicionados son una opción a tener en cuenta para climatizar estancias, ya que pueden suministrar frío y calor mediante una misma unidad, gracias a la válvula de 4 vías, que permite realizar el cambio de calor a frío y viceversa”. Además, reseña que contar con estos aparatos como sistemas de calefacción permite “ahorrar el coste fijo de tener más de un suministro energético en casa, ya que únicamente consume electricidad”.

Juan Berganza, Director General de Linea Plus Essege, destaca que el aire acondicionado con bomba de calor “consigue la temperatura perfecta, sea la estación que sea”. Además, remarca que “reducen el tiempo para alcanzar la temperatura óptima, ya que calientan de manera instantánea, frente al radiador, que tiene que calentarse y tarda más en realizar la convección para calentar el ambiente. También incide en que “los filtros específicos con los que cuentan mejoran la calidad del aire”.

La innovación en esta gama se dirige hacia la eficiencia, con tecnologías como la función ‘ahorro de energía’, “que se activa cuando detecta que no hay personas en la estancia y vuelve a su funcionamiento normal cuando vuelve a entrar alguien en la habitación”, indica la responsable de Daikin.

También contribuye a la eficiencia la incorporación de conectividad wifi en los equipos, permitiendo controlar el aparato y monitorizar el consumo desde el smartphone o la tablet, ayudando a hacer un uso más responsable.

Por otra parte, cabe señalar que la tecnología de bomba de calor también ha llegado ya a los equipos portátiles de aire acondicionado, por lo

que es posible disponer de este sistema de calefacción de forma sencilla en cualquier lugar de la casa, sin necesidad de instalación.

Emisores térmicos eléctricos

“Los emisores eléctricos funcionan mediante una resistencia eléctrica, lo que implica un coste de uso mayor que las calderas, especialmente si se usa como único sistema en toda la casa y en zonas climáticas muy frías. Quizás es la solución correcta para refuerzo de calefacción de una estancia o un uso más ocasional a lo largo de año”, comenta el Director de Cointra-Grupo Ferrolí.

Podemos diferenciar entre dos tipos de tecnología:

Emisores de fluido. Se trata de aparatos que albergan en su interior un fluido caloportador. El Director General de

Linea Plus Essege considera que “los radiadores eléctricos que incorporan un fluido térmico, una sonda y una regulación de la temperatura son la mejor alternativa para hogares sin calefacción o de uso no tan intensivo”. Reseña que este tipo de equipos “permiten la gestión en remoto de toda la calefacción con ahorros del 30%, el mantenimiento de la temperatura durante más tiempo por incorporar fluido, no resecan el aire y están basados en ecodiseño, con una electrónica eficiente”.

Emisores secos. “Son sistemas de calefacción instantánea de máxima velocidad, ya que son aparatos capaces de poder reflejar el calor con inmediatez. Los emisores térmicos secos poseen múltiples ventajas: fácil instalación, rapidez a la hora de emitir calor, emisión de calor de forma directa e instantánea, no necesitan mantenimiento, sencillez en cuanto al uso, versatilidad de programación, ahorro energético o eficiencia energética, y respeto al medioambiente”, detalla Berganza.

Además de los aparatos fijos, destinados a ser colocados en la pared, también podemos encontrar en la tienda radiadores portátiles. “La calefacción portátil es la solución ideal durante los meses de primavera y otoño, cuando no se necesita usar calefacción central para calentar toda la casa. Las ventajas de la calefacción portátil son: calor adicional a los sistemas de calefacción central, portabilidad -puede moverse de una estancia a otra con facilidad-, disponibilidad para el uso en el momento en que se necesita y sin instalación, y ahorro de energía, porque calienta estancias concretas y no el domicilio al completo”, detalla Grupo De’Longhi.

A la hora de adquirir estos equipos, Beatriz Márquez, Directora de Marketing de Marsan Industrial, fabricante de la marca Haverland, reseña que el prescriptor debe preguntar aspectos como “en qué localidad se encuentra la casa, tipo de vivienda, metros cuadrados de las habitaciones

FOTO: GRUPO FERROLI (COINTRA)



NUEVO

A⁺

En modelos 7, 10 L/min

A

En modelos 12, 14 y 17 L/min

COINTRA

COINTRA



LOW
NOx

bajas
emisiones

Calentadores Estancos Low NOx *Premium CPE T*

PERFIL DE CARGA



XL En modelos: 12, 14 y 17 L/min

S En modelos: 7, 10 L/min

Solo si es **XL** estás eligiendo el mejor calentador estanco

Máximo caudal de agua garantizado con el mayor rendimiento (AHORRO DE GAS) optimizando la estabilidad de la temperatura solicitada (CONFORT)

Tecnología de vanguardia
para un
**desarrollo
sostenible**

2 AÑOS
GARANTÍA TOTAL



www.cointra.es

que se desean calefactar, número de horas de confort que se necesitan al día, número de integrantes que residen en el hogar, etc.”.

En cuanto a la innovación en este tipo de aparatos, Márquez hace hincapié en la incorporación de avances como “cronotermostatos altamente eficientes, utilizando tecnologías de autoprogramación continua, que se guían por la rutina diaria del usuario”. Según explica, estos emisores térmicos autoprogramables “detectan cuándo estás en casa o cuándo abres las ventanas y permiten el control total de forma remota a través de smartphones y tablets”. De este modo, considera que “la incorporación de las nuevas tecnologías ayuda al usuario a tener un consumo más eficiente, puesto que ya no es necesario que programe o modifique su programación constantemente, sino que es el propio emisor el que aprende de las personas”.

Por otra parte, Guadalupe Fernández Borrallo, Marketing Manager de Tesy Iberia & South America, destaca las mejoras en el ámbito del diseño. “En tiempos anteriores, tendíamos a ocultar los radiadores. Sin embargo, esto ha cambiado. Están a la vista, por lo que somos más exigentes en cuanto a su diseño”.

Otros aparatos

Conveectores. “Ofrecen calor rápido, en un corto periodo de tiempo, para estancias de tamaño medio-grande. Y son perfectos para zonas que requieren calefacción ocasional”, explica Grupo De'Longhi. La responsable de Tesy indica que “los conveectores con conexión a internet son los que más ventajas ofrecen; no sólo en cuanto a ahorro, sino también, principalmente, en cuanto a poder calorífico y posibilidades de control”. Así, explica que es posible “programar los conveectores que queremos que funcionen, según las habitaciones que vamos a usar, así como la temperatura de confort que deseamos e incluso el horario de funcionamiento”.

FOTO: TECNIA (KERMI, VASCO Y ARBONIA)



FOTO: GRUPO VAILLANT-SAUNIER DUVAL - SAUNIER DUVAL

Acumuladores. Se trata de un sistema de calefacción que se aprovecha esencialmente en viviendas en las que se requiere calefacción durante la mayor parte del día, aprovechando las tarifas de discriminación horaria para acumular energía durante esas horas, con el fin de liberar dicha energía durante el resto del día. Así, permiten rebajar la factura eléctrica al trasladar el consumo desde las horas de pico a las horas de menor carga de la red eléctrica, accediendo a las bonificaciones que ofrecen las compañías de suministro.

Calefactores. “Son dispositivos conectados a la corriente eléctrica que producen energía calorífica a través de un ventilador que genera aire caliente. Entre las ventajas de estos aparatos pueden citarse su eficiencia y bajo consumo -proporcionan calor a los pocos instantes de su encendido y, además, tienen un consumo bajo-, su funcionamiento sencillo -generan calor de manera rápida y uniforme-, su poco peso y facilidad para desplazarlo -se pueden trasladar con suma facilidad de una estancia a otra, ya que pesan poco y suelen ocupar poco espacio-, su seguridad -no utilizan combustible que pueda generar un posible incendio- y su polivalencia -gracias a sus funciones adicionales, pues muchos modelos se pueden usar también como ventiladores en verano y es común que tengan un dispositivo antiheladas-”, puntualiza el Director General de Linea Plus Essege.

Calefactores cerámicos. De'Longhi precisa que “ofrecen calor inmediato y

directo”. “Son ideales para calentar una habitación, pero también para proveer de una reconfortante sensación de calor directamente donde la persona lo desee”, añade la compañía. Además, Berganza resalta que “debido a su bajo nivel de ruido cuando están en posición de silencio, los calefactores cerámicos se pueden colocar en dormitorios y otros lugares destinados al descanso”.

Calefactores split. Berganza explica que “funcionan como calefacción instantánea”, de modo que “la estancia estará a la temperatura ideal en un breve espacio de tiempo”. “Son ideales para baños o estancias pequeñas”, comenta.

Secatoallas. Este tipo de aparatos se instalan en baños, “donde funcionan como calefacción rápida y para secar toallas”, apunta el responsable de Linea Plus Essege. “Son fáciles de instalar, consumen muy poca energía, ocupan poco espacio, eliminan la humedad y disponen de un termostato para regular la temperatura”, añade.

Termoventiladores. Grupo De'Longhi considera que “son ideales para un uso de tiempo corto y para utilizarlos en un baño, porque disponen de una protección IP21 contra el goteo, para evitar problemas con la posible entrada de agua y condensación”.

Estufas de gas. Grupo De'Longhi recuerda que “son una fuente clásica de calor que ha avanzado con el paso del tiempo”. Especifica que “su gran ventaja es que son económicas, porque utilizan bombona de gas”. Miguel Ángel Navas, Director General de PVG España, fabricante de la marca Qlima, apunta que “además de tener un combustible de fácil manejo, están dotadas de ruedas que permiten trasladarlas fácilmente y son capaces de emitir una alta capacidad térmica importante”. También incide en que los nuevos



Saunier Duval
Siempre a tu lado

**“Con mi nueva caldera,
he ahorrado un 30% en
la factura energética”**

Ana P. (Madrid)



PLAN RENOVE
100€
hasta el 11 de noviembre
REGALO
DIRECTO



**es
Saunier
Duval**

100 € de regalo al instalar tu nueva caldera.
Sin sorteos.

Más información y condiciones de la promoción:
900 150 150 • saunierduval.es/renove



FOTO: TESY

modelos disponen de sistemas de seguridad que mide el nivel de oxígeno que queda en la habitación, apagando automáticamente el suministro de gas si el nivel de oxígeno lo requiere. Asimismo, cuentan con encendido piezoeléctrico, facilitando el encendido de la estufa. Además, adelanta que su compañía lanzará este invierno una estufa de gas portátil de 'llama roja', "con un diseño muy similar a una estufa de leña o de pellet, que permite al usuario tener todas las ventajas económicas del consumo del gas pero con el diseño y la calidad una estufa de leña o pellet".

Estufas de pellets. La venta de estufas de pellets está aumentando en los últimos años. "Se están desarrollando por lo económico que resulta su funcionamiento, al tiempo que obtienen un rendimiento muy elevado", explica el responsable de Cointra-Grupo Ferroli. "Es una solución adecuada para vivienda horizontal. Ahora bien, siempre hay que tener en cuenta que una estufa sencilla sólo calefacta una estancia. Por tanto, para calentar el resto de la casa, o se instala una del tipo canalizable o una termoestufa, para funcionar conjuntamente con los radiadores", añade. Navas reseña que estas estufas "son más ecológicas y producen poca contaminación, gracias a su biocombustible, el pellet, que es un pequeño conglomerado -de 2 a 3 cm- a base de serrín prensado de madera". Los nuevos modelos disponen de funciones como 'modo ahorro', "con el que la estufa se apaga automáticamente cuando la temperatura de la habitación está 2 °C por encima de la temperatura programada y vuelve a encenderse cuando la temperatura de la habitación está por debajo de la temperatura programada", detalla. Y la conectividad también llega a estos equipos. "Algunas estufas vienen con wifi, de modo que se pueden encender o apagar y modificar su temperatura", comenta el responsable PVG-Qlima.

Estufas de parafina. "Es el sistema más rápido de calefacción instantánea para estancias medias/grandes. No necesitan instalación. Para poder usarlas, simplemente hay que sacarlas de su embalaje y rellenar el depósito de combustible.

Su precio es muy reducido. Además, son fáciles de transportar, para poder dar calor a varias estancias o si sólo las usamos durante pequeños espacios de tiempo, debido a su reducido tamaño", comenta el Director General de Linea Plus Essege. Además, Navas señala que "su combustible y su recarga es de fácil manejo".

Hay estufas de parafina de mecha y electrónicas o láser. "Las de mecha no necesitan conexión eléctrica y destacan por su sencillez. La primera vez que se usan, hay que tener en cuenta que se tiene que esperar una media hora antes de poderla encender, para que la mecha se empape bien de combustible. Las electrónicas o láser necesitan ser enchufadas a la corriente eléctrica, dado que disponen de un sistema electrónico de control avanzado que ofrece una serie de importantes ventajas respecto a las estufas de mecha, como control electrónico del quemador, función de ahorro de combustible, termostato de encendido/apagado del quemador, programación diaria de funcionamiento, ventilador para un mejor reparto de aire caliente en la estancia, etc.", precisa Berganza. El responsable de PVG-Qlima recalca que "se aconseja utilizarlas en lugares con buena circulación del aire".

Estufas de bioetanol. El Director General de Linea Plus Essege señala que se trata de "objetos de diseño y elegancia de decoración para el hogar, puesto que "el entorno en el que se colocan se mejora gracias a una generosa llama cálida y brillante". Explica que estos equipos "garantizan facilidad de instalación y de uso y autonomía de funcionamiento, gracias a



FOTO: TECNA (KERMI, VASCO Y ARBONIA)

la regulación del quemador, a través del cual es posible variar la intensidad de la llama y, por lo tanto, el calor emitido". Además, remarca que "no producen cenizas u otros residuos de combustión, por lo que no requieren acciones particulares para la limpieza y mantenimiento; y pueden colocarse en cualquier lugar de la casa".

Deshumidificador con calefacción. "Se trata de aparatos que pueden ser portátiles, lo que nos permitirá desplazarlo al lugar donde éste sea necesario, ya que suelen contar con ruedas para facilitar su desplazamiento. El ahorro energético que supone el uso de un deshumidificador respecto a un aparato de aire acondicionado es importante. Además, lo podemos utilizar para acelerar el secado de la ropa en lugares donde las condiciones climáticas son muy húmedas. De esta manera, además de tener la ropa seca en un menor tiempo, también evitaremos el olor a humedad que se acumula en la ropa. Asimismo, se trata de unos aparatos muy adecuados para aquellas personas que sufren de alergias ya que, al disminuir el porcentaje de humedad relativa en casa, los ácaros y los mohos no se pueden reproducir con tanta facilidad. Y no necesitan

FOTO: PVG QLIMA





FOTO: LINEA PLUS ESSEGE



FOTO: GRUPO FERROLI (COINTRA)

ningún tipo de instalación. Tan sólo hay que vaciar periódicamente el depósito donde se va acumulando el agua que se condensa”, detalla Berganza.

Radiadores de mica. El responsable de Linea Plus Essege explica que se trata de sistemas empleados “en viviendas no muy grandes o como complemento a otro sistema de calefacción”. Explica que “emiten una temperatura mucho más homogénea y es un sistema más saludable, ya que ni producen tanto polvo en el aire ni éste está tan

seco”. Además, apunta que “mantienen el calor durante más tiempo”. Y recuerda que “no contaminan el medioambiente, ya que no emiten ni gases ni residuos”.

ACS con termo eléctrico

El uso de calderas mixtas, que ofrecen tanto calefacción como agua caliente sanitaria (ACS), está muy difundido en nuestro país. No obstante, también hay muchas viviendas que recurren a otras

soluciones para la generación de ACS, como los pisos en edificios que cuentan con calefacción central o las viviendas vacacionales, que sólo se ocupan durante los meses más cálidos del año.

Uno de los productos de generación de ACS que tiene mayor protagonismo en la tienda de electrodomésticos es el termo eléctrico. “Son equipos que funcionan con electricidad, una energía limpia y, por tanto, no contaminante. Asimismo, la instalación es mucho más sencilla y no implica tantos riesgos como aquellos aparatos

belliSlimo

TECNOLOGÍA Y AHORRO

Doble tanque con resistencias independientes.
Máxima eficiencia energética: clase A o B.



CONECTIVIDAD Y FUNCIONAMIENTO INTELIGENTE

Hasta un 20% de ahorro energético gracias al módulo de funcionamiento inteligente ECO Smart.

Máximo confort gracias a la posibilidad de control por internet con **TesyCloud**.



TERMOS ELÉCTRICOS DE ÚLTIMA GENERACIÓN. CONFORT 2.0



GARANTÍA

5 años de garantía con revisión del ánodo de magnesio al segundo año de la instalación.

DISEÑO ITALIANO

Delgado y compacto

28 centímetros de fondo y acabado estético que permite integrar el termo en cualquier espacio.



Conoce qué te ofrece belliSlimo escaneando este código.

TESY
It's impressive



FOTO: ARISTON THERMO GROUP

que funcionan con gas o gasóleo. Además, es un combustible que no necesita ser almacenado, como en el caso de la biomasa. Y se trata de equipos para los que basta disponer de corriente eléctrica y tomas de agua”, afirma la responsable de Tesy.

Igualmente, la Product Marketing Manager de Ariston destaca su facilidad de instalación, “ya que, al no haber combustión, no requiere ventilación ni medidas de seguridad adicionales, como las que necesita cualquier solución alimentada por gas”. Así, considera que “los termos son una buena opción en caso de no poder realizar una instalación compleja o cuando el uso vaya a ser menor, como puede ser el caso de una segunda vivienda”. Asimismo, el Product Manager de Tecna Grupo Arbonia apunta que “los termos eléctricos de ACS son idóneos para aquellas instalaciones donde no se disponga de una conexión de gas”.

Respecto a sus posibles inconvenientes, Sayeras advierte que la inmediatez del agua caliente “tiene

un carácter limitado, por lo que no es conveniente utilizarlo si se necesitan grandes cantidades de agua”. Además, Fernández Borralló reseña que otra desventaja puede ser “que el gasto económico depende del precio de la electricidad, lo cual hace que la factura pueda fluctuar e implicar mayor coste en según qué épocas”.

A la hora de escoger un termo, el responsable de Tecna Grupo Arbonia señala que “lo más importante es saber el uso y número de servicios y escoger el temo con el volumen de acumulación más adecuado”.

La Marketing Manager de Tesy especifica que “hemos de considerar que el gasto medio de agua por persona es de unos 40 litros”, lo que nos puede servir de guía al calcular el litraje que se necesita. Además, comenta que “es importante



FOTO: GRUPO FERROLI (COINTRA)

tener en cuenta qué clase de agua hay en la zona, si se trata de agua dura o blanda, para así decidir entre termos con resistencias envainadas o con resistencias blindadas”. Por otro lado, reseña que “hay que considerar el espacio del que disponemos y el tipo de instalación”, para decidir si se instala un termo vertical o horizontal, de diámetro ‘slim’, de diseño rectangular o incluso compacto, que puede ser instalado sobre o bajo el fregadero. Y también habrá que valorar las prestaciones que se exigen al aparato, dependiendo de si se desea un termo con display analógico o digital, con funcionamiento inteligente ‘Eco Smart’ o con control por internet, etc.

La responsable de Ariston también recalca que “hay que tener en cuenta el presupuesto con el que contamos y el coste o ahorro que supondrá nuestra elección”. En este sentido, explica que el coste de un termo híbrido puede ser superior en el momento de compra, pero “pueden suponer pagar la mitad de luz al mes, lo que repercute en un importante ahorro a largo plazo”.

Por otro lado, Uña de Paz remarca que “en el caso de que no se pueda escoger el termo más adecuado por limitaciones de espacio, se debería recurrir a soluciones los termos instantáneos, si se dispone de suficiente potencia eléctrica contratada con la compañía”.

En cuanto a las innovaciones que van llegando, el Director de Cointra-Grupo Ferrolí destaca los nuevos termos ‘inteligentes’, que ajustan de forma automática el consumo de electricidad a cada necesidad concreta del usuario. “Si detecta que durante la noche habitualmente no hay demanda de ACS, el termo se pone en ‘stand by’, ahorrando mucho. Es como el ‘start/stop’ de los coches actuales”, explica. En esa línea, la responsable de Ariston habla de los productos con sistema ‘i-Memory’, “que recuerda el tipo de uso de agua del usuario para adaptarse a sus necesidades, pudiendo así reducir el consumo y el gasto”.

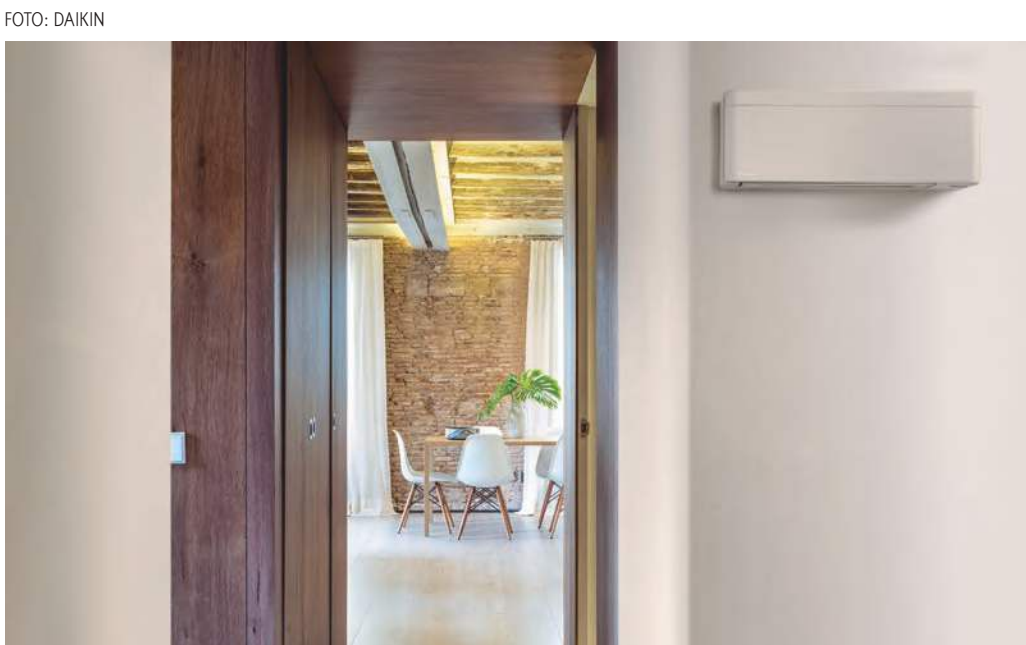


FOTO: DAIKIN



FOTO: FRIGICOLL (MIDEA)

Además, la responsable de Tesy recalca que la ErP: "ha traído consigo termos mejor aislados, con menos pérdidas de calor, con mejores rendimientos y con un menor consumo energético". También hay que tener en cuenta la evolución en el diseño. "Cada vez son más comunes los diseños 'slim' o rectangulares, que se adaptan mejor a los espacios estrechos y pueden ser instalados

dentro de casa y no en patios lavaderos o alacenas, lo cual, además, resultaba menos eficiente", especifica Fernández Borrallo.

Por otro lado, Uña de Paz recuerda que también podemos optar por termos eléctricos de ACS instantáneos, "en los



FOTO: TESY

cuales no hay ninguna limitación en el número de usos, ya que disponemos de un caudal de agua instantáneo cuando sea necesario".

Otras soluciones para ACS

Además de los termos eléctricos, en los establecimientos encontramos otros sistemas para la generación de ACS.

Con la plancha GR3000 tú marcas el límite

- Control electrónico de selección de temperatura entre 75 / 120 / 160 / 230 °C
- La única plancha de asar que mantiene la temperatura constante
- Calor uniforme con la máxima potencia del mercado, sistema PATENTADO

DISEÑADO
EN ESPAÑA

Resistencia
xcellence
PATENTADA

Jata
electro





FOTO: FRIGICOLL (MIDEA)

Calentadores. Estos aparatos han sido, durante años, la opción escogida en la mayoría de hogares en los que sólo se necesitaba la generación de ACS. “El calentador de gas es la mejor opción, pues ofrece agua caliente de forma inmediata. Y se puede elegir el caudal que más se adapte a las necesidades, gastando sólo por lo que se usa y cuando se usa. Todo ello en un producto que ocupa un espacio muy pequeño en la vivienda”, declara el Director de Cointra-Grupo Ferrol. Asimismo, recuerda que los nuevos calentadores son Bajo NOx y estancos, siguiendo las indicaciones de la directiva ErP sobre Ecodiseño y del RITE, respectivamente. “Esto lleva asociado unas bajas emisiones NOx y seguridad”, declara. Además, comenta que “al ser termostáticos, se ha mejorado el consumo de gas y el confort para el usuario, al mantener la temperatura seleccionada de forma estable”.

Bombas de calor para ACS. Se trata de una de las soluciones más eficientes en la generación de ACS.

FOTO: JUNKERS



“Esta tecnología cumple la misma función que un termo eléctrico convencional. Sin embargo, la reducción de los consumos puede llegar hasta alrededor de un 40% respecto a un termo convencional de clase B. Además, el objetivo de este tipo de tecnología es evitar el uso de la resistencia eléctrica -de apoyo-, por lo que las temperaturas alcanzadas en el depósito de acumulación -alrededor de la resistencia- son mucho menores respecto a las temperaturas alcanzadas en un termo eléctrico. Esto se traduce en una reducción de los problemas relacionados con la cal y las corrientes galvánicas”, apunta el responsable de Frigicoll-Midea. Asimismo, Abel Pedrós, Director de Marketing de Aire Industrial y Horeca de Eurofred, distribuidor de Fujitsu y Daitsu, entre otras marcas, señala que sus principales ventajas son su “eficiencia energética, alto rendimiento



FOTO: GRUPO VAILLANT-SAUNIER DUVAL - SAUNIER DUVAL

y mínimo consumo”. “Si los comparamos con los termos convencionales, permiten alcanzar ahorros de energía de hasta el 72%. Además, resultan muy fáciles de instalar, resistentes, polivalentes y garantizan un bajo nivel sonoro y pérdidas de calor mínimas. Y al prescindir de los combustibles fósiles y utilizar el gas refrigerante R-134a, su impacto medioambiental se reduce al mínimo”, completa. Por otra parte, la responsable de Daikin recalca la existencia de equipos preparados para usar también energía solar, “ya que su depósito de almacenamiento de agua caliente se conecta con facilidad a colectores solares con drenaje automático ubicados en el tejado”.

Calentador portátil a gas butano. “Este calentador permite obtener agua a la temperatura que se desee en el momento y lugar que se quieras. Es ideal para campings, caravanas, exteriores, etc.”, detalla el Director General de PVG-Qlima.

Tanques termodinámicos. “Ofrecen las mismas prestaciones que los termos convencionales, con la ventaja de una reducción en el consumo de hasta un 80%. La única diferencia respecto a éstas es la necesidad de una salida de aire”, indica el Product Manager de Toshiba.

¿Cómo elegir sistema?

Como indica el Director de Cointra-Grupo Ferrol, “no hay una solución mejor o peor, sino que depende mucho de cuál sea la necesidad concreta a calefactar que se busque y la zona climática, ya que afecta mucho al tiempo de funcionamiento del aparato”. De este modo, la labor de prescripción en tienda es fundamental a la hora de escoger un sistema de calefacción o al seleccionar un determinado equipo. “El vendedor debe ser un asesor que conozca claramente los pros y contras de cada uno de los sistemas y preguntar dónde

va a ir ese sistema, horas de uso, etc.”, remarca Fernández Renieblas.

El responsable de Midea-Frigicoll desgana algunos de los aspectos que se deben considerar. “A la hora de elegir un sistema u otro, se deben tener en cuenta los siguientes puntos: climatología de la zona -no es lo mismo vivir en un sitio con temperaturas extremas que en otro con suaves, ya que entonces habrá sistemas más recomendables que otros-, dimensiones de la vivienda y su orientación -la instalación se tiene que redimensionar correctamente para proporcionarte el confort deseado con una inversión inicial lógica-, tipo de edificio -teniendo en cuenta el nivel de aislamiento térmico del que dispone-, tiempo que se pasa en casa -puede haber un hogar donde se requiera mantener una temperatura ideal durante todo el día, por lo que un sistema que tarde un poco en alcanzar la temperatura perfecta ya cuadraría o, por el contrario, una casa donde no hay nadie durante todo el día y se requiere una climatización rápida-, dificultad de la instalación -y si el usuario está dispuesto a realizar obra o no-, legislación vigente -según la vivienda a climatizar-, presupuesto máximo -no sólo costes de instalación y mantenimiento, sino también si se podrá amortizar a largo plazo- y precio de la energía -según se utilice electricidad, gas natural u otros combustibles”, detalla.

Asimismo, Navas afirma que “a la hora de escoger un tipo de calefacción u otro se debe tener en cuenta la eficiencia energética, la seguridad, las estancias a calentar y su capacidad y el uso diario, para garantizar el confort del usuario”. Y el Director General de Linea Plus Essege recomienda valorar aspectos como “ámbito de aplicación, presupuesto disponible -tanto en la compra como en el día a día del consumidor-, requerimientos necesarios de la posible instalación, eficiencia de los equipos, cuidado del medioambiente, coste/eficiencia de cada solución y gustos del consumidor, así como el tipo de uso, tipo de estancia a calentar o perfil tecnológico del usuario final”.

Igualmente, Junkers anota que “siempre hay que analizar las necesidades de cada hogar y aplicar la solución más adecuada a éste”. Así, es preciso atender a parámetros como el número de personas en la vivienda, la provincia en la que se encuentra y su clima, el modelo y tamaño del edificio o vivienda, la calidad de los aislamientos o el tipo de energía empleada en el momento de plantearse el cambio, si se desea sólo



FOTO: LINEA PLUS ESSEGE

una solución que ofrezca sólo calor o también interesa tener refrigeración y la cantidad de horas que se va a utilizar la calefacción.

Por otra parte, el responsable de Samsung señala que se debe tener en cuenta el mantenimiento

Qlima
HOME MADE CLIMATES

“Qlimatización”
para tu Hogar

www.qlima.es

P V G
España

y la sencillez del sistema. “La idea es convivir muchos años con éste y que sea fácil entenderlo y controlarlo. También es muy importante la eficiencia del sistema, ya que va a afectar al consumo y al retorno de la inversión”, precisa.

Si hablamos de aparatos de calefacción portátil, Grupo De'Longhi señala que se debe preguntar durante “cuánto tiempo se desea calentar la estancia -corta o larga duración-, en qué habitación se va a colocar el aparato -salón, habitación o baño- y qué tipo de calor se necesita -personal o repartido uniformemente-”.

Un mercado al alza

Las ventas de la familia de calefacción han tenido un buen comportamiento en los últimos años. “No han dejado de crecer, especialmente desde que en 2016 se frenó el decrecimiento, algo que se explica también por la buena situación de la economía, la recuperación de la construcción y el peso creciente de la rehabilitación y la reforma. Desde entonces, sigue su crecimiento anual, aunque prevemos que se estabilizará en los próximos años, siguiendo paralelamente a la construcción de obra nueva en nuestro país”, analiza Clotet. Asimismo, la responsable de Ariston señala que “los productos de agua caliente y calefacción representan un mercado importante, que sigue la tendencia económica general del país y, al mismo tiempo, está vinculada al sector de la construcción, con lo que se registran crecimientos moderados y se espera que continúe así en los próximos periodos”.

La Directora de Marketing de Lumelco-MHI afirma que las previsiones para este año en bomba de calor “son realmente buenas”. “Hay que destacar que cada año se incrementa el periodo de instalación de la bomba de calor en los hogares, convirtiéndose más en un producto de compra



FOTO: PANASONIC

menos impulsiva y más enfocado a un elemento destinado a mejorar la calidad de vida en nuestros hogares en el medio y largo plazo. El pasado ejercicio se cerró en positivo por cuarto año consecutivo y no cabe duda que en 2019 las expectativas son de conseguir nuevamente crecimientos”, añade.

Claramunt también indica que “las instalaciones de aerotermia tuvieron un crecimiento sensible durante el año 2017, entre el 15% y 18%”, tendencia que continuó en 2018, aunque con una ligera contracción, “en línea con los mercados

afines, europeos y nacionales”. Y para este año, considera que “la tendencia sigue positiva”.

Igualmente, el Product Manager de Toshiba declara que “el crecimiento es una pauta continua en estos sistemas y se prevé que esta tendencia continúe durante los próximos años”. Gundín coincide en que “el mercado de la aerotermia está en continuo crecimiento -40% anual, según los datos de los fabricantes- y se espera que para 2020 se instalen 40.000 aparatos con esta tecnología”. Y el responsable de Samsung parte de unas previsiones de cierre del presente ejercicio con un crecimiento del 40% al 50% respecto al año previo. Si hablamos de emisores térmicos eléctricos, la responsable de Marsan Industrial-Haverland señala que el año pasado la venta mejoró respecto al ejercicio anterior, a la par que afirma que “las previsiones son alentadoras” para 2019. Destaca especialmente el comportamiento de “las gamas más tecnológicas”.

En cuanto a estufas de pellets y de gas, el Director General de PVG España indica que la venta creció significativamente el pasado invierno, “aunque el consumo se vio algo más resentido desde enero, por las altas temperaturas inusuales del final del invierno”. Y para este ejercicio, adelanta que “se esperan crecimientos de dos dígitos”.

Respecto a la generación de ACS, Fernández Renieblas explica que “el mercado de calentador de gas lleva cayendo más del 50% en unidades en los últimos siete meses”, debido a la entrada en vigor de las Directiva de Ecodiseño (ErP) y el RITE, “que han encarecido el coste del producto”. Por el contrario, destaca que “el termo, con un coste de adquisición inferior al calentador de gas, se está

FOTO: MARSAN INDUSTRIAL (HAVERLAND)



**BOSCH**

Innovación para tu vida

Nueva gama de
productos de
agua caliente

El agua caliente que mejor os sienta a tu casa y a ti.

Soluciones Agua Caliente Bosch

Los nuevos calentadores estancos de agua a gas Bosch de bajo NOx, con modelos termostáticos con wifi para manejarlos desde dispositivos móviles.

Los termos eléctricos Bosch con capacidades de 15 a 150 litros e instalación vertical, horizontal, reversibles y Slim.



facebook.com/boschclimateES
twitter.com/boschclimate_es
youtube.com/BoschClimateES



www.bosch-climate.es

Sistemas de calefacción y ACS

aprovechando de esta caída, pero no al 100%, ya que estimamos que la mitad de los calentadores perdidos se han podido ir al termo". En cualquier caso, espera que "el calentador de gas vaya remontando en este cierre del año", aunque cree que "no será posible volver a las cifras del 2018".

Una familia importante para la tienda

La positiva evolución del mercado de los productos de calefacción es una buena noticia para las tiendas de electrodomésticos. Hay que tener en cuenta que la mayor parte de la facturación se concentra durante la campaña de otoño-invierno, en el último trimestre del año. Por este motivo, es fundamental contar con un buen catálogo cuando se acercan estas fechas.

Como explica Basterrechea, disponer de una amplia oferta de producto de calefacción permite "dar soluciones al usuario y convertirse en una tienda especializada que cubre cualquier demanda". Igualmente, la responsable de Ariston afirma que la variedad en el surtido del local permite que estos establecimientos "puedan ofrecerse como referente de proximidad y de asesoramiento".

Asimismo, el Director General de Linea Plus Essege apunta que tener una buena oferta de calefacción contribuye a "reforzar la presencia de la tienda respecto a otros establecimientos", además de revestir al comercio de profesionalidad, "convirtiéndose en referente de productos de hogar y confort". Y remarca que "la calefacción supone un porcentaje interesante dentro de las tiendas de electrodomésticos, complementario a su actividad tradicional de venta de línea blanca y marrón".

Por su parte, el responsable de Hisense insiste en que las tiendas de electrodomésticos deben comenzar a tener en cuenta las soluciones de aerotermia en su portafolio de productos, ya que presentan "un precio medio superior a los sistemas tradicionales y pueden suponer un incremento en sus márgenes y un mayor tráfico en la tienda".

Además, Navas hace hincapié en que productos como las estufas "aportan un margen realmente elevado", así como tráfico recurrente en la tienda, ya que necesitan combustible para funcionar, ya sea parafina, gas o pellet. "De este modo, los clientes acuden de manera regular a los establecimientos comerciales para conseguir el combustible".

Sin embargo, el Director de Cointra-Grupo Ferrol considera que los productos de calefacción y ACS no tienen el protagonismo que deberían tener en las tiendas de electrodomésticos. "Son artículos de primera necesidad e irrenunciables para todos. Pero hay que tenerlos en exposición como un artículo más de la oferta, saber venderlos y, muy importante, tener un instalador profesional de confianza que los pueda montar, ya que estos



FOTO: HISENSE

productos se venden instalados, como el aire acondicionado. Las tiendas de electrodomésticos ya abordaron con éxito la venta de aire acondicionado.

Ahora llega el turno de la ACS y la calefacción fija. Además, estos sistemas complementan el negocio. No son sustitutivos, sino que suman. Y todo ello, con un buen margen", destaca.

FOTO: LUMELCO (MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES)



FOTO: FRIGICOLL (MIDEA)



Calentamiento y ACS Climatización Energías renovables

Soluciones de climatización ecoeficientes



Todo el confort que necesitan tus clientes

Más de 140 años de experiencia en el sector de la climatización, han convertido a Vaillant en una marca premium reconocida por ofrecer las mejores soluciones en calefacción, agua caliente y refrigeración tanto para obra nueva como rehabilitación.

Atención al profesional 910 77 11 11
www.vaillant.es



Confort para mi hogar



Diego Mattiello

Country Leader MDA
Candy Group Iberia



“El Grupo Candy cubre todas las necesidades que un usuario pueda requerir en cuanto a lavado, refrigeración, cocción tanto de libre instalación como de encastre, sin olvidar toda la gama de aspiración, cuidado de la ropa y cuidado del suelo...”

Candy Group busca “mejorar la vida cotidiana simplificándola”, satisfaciendo los requisitos de sus consumidores, a través de “una estrategia multimarca y multiproducto”. Dentro del grupo se reconocen dos marcas internacionales principales: Candy, cuyos productos se caracterizan por un nivel superior de confort diseñados para consumidores más tradicionales y Hoover, reconocida por su extraordinaria combinación de tecnología y diseño, se dirige a los fanáticos de la innovación y la tecnología. Además, desde enero de 2019 Candy Group ha entrado a formar parte de Haier Europe. Para conocer aún más a la compañía el Country Leader MDA Candy Group Iberia, Diego Mattiello, concede una entrevista en la que se hará un recorrido por su pasado, presente y futuro.

Desde que comenzara en 1945 con su primera lavadora italiana, ¿cómo ha evolucionado la compañía Candy Hoover desde entonces?

En 1945, Candy inventó ‘Modello 50’, la primera lavadora italiana en el taller Eden Fumagalli, nombre que se le otorgó a la calle donde se ubica el Head-Quarter en Italia. Desde entonces, nuestro grupo siempre se ha caracterizado por lanzar al mercado electrodomésticos con prestaciones innovadoras y avanzadas tecnológicamente, pero siempre con beneficio real en el día a día de las personas.

¿Cuáles considera los momentos más significativos de la compañía?

Con una experiencia de más de 70 años de historia, son muchos los momentos que podemos destacar. ¡Hemos llegado incluso a ser ‘sponsor’ del equipo de Tyrrel de la Fórmula 1! (70’s).

Son innumerables las unidades que el Grupo Candy ha aportado al sector, como por ejemplo ‘Candy Automatic’, la primera lavadora completamente automática (1958) o TRIO (1980), la primera cocina 3 en 1 del mercado formada por Encimera + Horno + Lavavajillas en dimensiones estándar, patentado por Candy. Pero son muchas otras las innovadoras prestaciones que aún son únicas en la actualidad y hace que nuestros productos sigan destacando en el lineal, siendo únicas para cada una de las gamas de producto. Ofrecemos las escotillas más altas y grandes del mercado en las lavadoras, fuimos los creadores de las lavasecadoras o hemos firmado Easycase/Aquavision, el sistema revolucionario de recolección de condensación de agua en las secadoras.

En plena explosión del IOT, en 2015 Candy lanzó al mercado simply-Fi: la primera gama de electrodomésticos con conexión Wi-Fi y en nuestro portfolio, todas nuestras familias de producto están conectadas, lo que nos permite ofrecer electrodomésticos pioneros y con funciones avanzadas. Una de nuestras últimas apuestas es la aplicación de la Inteligencia Artificial en nuestra gama AXI, realmente adaptada a los usuarios. Hablar con tu lavadora, recibir consejos sobre cuándo poner la colada mediante la consulta de los partes meteorológicos o la dosificación del detergente, es toda una realidad.

En la actualidad, ¿qué marcas conforman el grupo Candy Hoover? ¿A qué actividad se dedica cada una? ¿Van dirigidas a diferentes perfiles del consumidor?

Nuestro Grupo, al tener presencia en Europa, Latinoamérica, África y Asia, podemos distinguir entre marcas internacionales y locales, con posicionamientos diferenciados. Candy y Hoover forman



parte del primer bloque. Candy ofrece electrodomésticos de libre instalación y de integración caracterizados por su facilidad de uso, con un inconfundible estilo italiano, dirigidos a un target más tradicional y al denominado 'unengaged discoverers'. Con Hoover, podemos encontrar electrodomésticos de libre instalación, integración y PAE (pequeño aparato electrodoméstico), enfocados a un segmento que demandan calidad y al que se conoce como 'home sweet home'. Se posiciona con unos valores que giran entorno de la familia, conciencia por el medioambiente, que no se conforman con los límites y defienden un estilo de vida activo y healthy.

En cuanto a las marcas locales, destacamos entre otras, Otsein (marca española especializada en lavadoras de carga superior), Rosières (de origen francés, enfocada en electrodomésticos de cocción), Jinling (tercera marca de lavadoras en China) o la marca inglesa Baumatic.

Desde Enero 2019, hemos entrado a formar parte del 1er grupo mundial de electrodomésticos, de la mano de Haier.

Aunque Candy Hoover empezó como referente en el campo de los sistemas de lavado, ¿qué sectores abarca ahora?

El Grupo Candy cubre todas las necesidades que un usuario pueda requerir en cuanto a lavado (lavadoras, lavasecadoras, lavavajillas), refrigeración (frigoríficos, congeladores), cocción (hornos, encimeras, campanas, microondas) tanto de libre instalación como de encastre, sin olvidar toda la gama de aspiración (trineos con y sin bolsa, escobas eléctricas, aspiradores de mano, robots) cuidado de la ropa (centros de planchado) y cuidado del suelo (mopas de vapor, enceradoras), siendo el sector de lavado el core de la compañía.

Sin duda, mucho distan las características de su primera lavadora a las que comercializan en la actualidad. ¿Qué caracterizan a estos sistemas del siglo XXI?

Desde la producción de nuestra primera lavadora hasta la actualidad, ha sido constante la inversión en desarrollo y búsqueda de nuevas soluciones a necesidades de los usuarios siempre cambiantes. A principios del 2000, dotamos nuestras lavadoras de la puerta más alta y grande del mercado (manteniéndose hoy en día como característica diferenciadora sobre el resto de marcas), que gracias al diseño de la puerta y tambor, facilita la carga de la colada sin necesidad de doblar la espalda.

Con la evolución de la tecnología, la interactividad con estos electrodomésticos



es infinita. AXI, la nueva gama de electrodomésticos dotada de Inteligencia Artificial, reconoce la voz, aprende los hábitos y ofrece soluciones de lavado y secado adaptados al estilo de vida. Totalmente conectada a través de Wi-fi, proporciona un amplio abanico de funciones exclusivas: al utilizar la geolocalización, consulta las previsiones meteorológicas y aconseja el mejor momento para hacer la colada o también permite interactuar con el electrodoméstico de hasta 4 formas distintas: utilizando el display, la APP Hoover Wizard, con la voz a través de Hoover Talks o incluso con los altavoces inteligentes como el nuevo dispositivo Google Home o Amazon Alexa.

También referente a los sistemas de lavado, hablan de una "una nueva era" como consecuencia de la digitalización, ¿qué aspectos son los que la identifican?

Con las posibilidades que proporciona la tecnología actual, se trata de traspasar

los límites de lo estándar y desarrollar soluciones innovadoras pero de uso intuitivo. Un claro ejemplo, son Hoover Axi o Bianca de Candy: buques insignia del desarrollo y avance tecnológico con prestaciones como conectividad, dosificación automática del detergente, interacción real entre usuario y electrodomésticos...

Conseguir el record del lavado más rápido ya fue un hito en este tipo de sistemas. Ahora, ¿hacia dónde se encamina la investigación de Candy Hoover en lavado? Si tuviera que identificar su producto estrella en este sentido, ¿cuál sería?

Los lavados rápidos siguen siendo una de las peticiones que más demandan los usuarios. Es por ello, que en el Q2 hemos preparado el lanzamiento de una nueva gama de lavadoras llamada RapidO', la lavadora más rápida, capaz de lavar perfectamente en 39' gracias al nuevo Motor Inverter OneDrive y un completo set de 9 ciclos rápidos que se adaptan mejor al





V I S I T A :

WWW.REVISTAPROTIENDAS.COM

pro
tien
das
editorial

Editorial ProtienDas, S.L.
Avd. Juan Carlos I - nº 13 - 6º A Edificio Torre Garena C.P. 28806
Alcalá de Henares - Madrid - T. 91 802 41 20 - F. 91 802 01 32
contacto@editorialprotienDas.es



estilo de vida de los usuarios: diario 39', ropa deportiva en 29'... ¡incluso un programa eco de tan solo 14'!

En el mundo de los electrodomésticos de cocina, ¿Cuál es la tendencia? ¿Es el cliente actual más exigente en cuanto a este tipo de productos?

El cliente dispone de mucha más información a su alcance y la utiliza para documentarse, por lo que está más preparado a la hora de sustituir un electrodoméstico o renovar su cocina. Entre otros aspectos, busca mejores prestaciones, pero sin olvidar la relación calidad precio. Concretamente en España el efecto 'Master Chef' se hace sentir, hay cada vez más exigencia en los clientes para productos con mejores especificaciones: hornos pirolíticos, aqualíticos, con función vapor, con conectividad...

Los clientes ya no buscan una cocina funcional, cada vez buscan un producto que satisfaga nuevas necesidades y en Candy hemos lanzado productos muy avanzados como el horno Watch-Touch, con puerta totalmente táctil, videocámara HD integrada y conectividad Wi-Fi.

Centrándonos en sus productos de planchado, distinguen entre las planchas y las planchas con calderas, ¿cuál es la más demanda por los clientes? Y ¿qué producto es el que está teniendo más popularidad?

En el momento de la decisión de compra, la plancha tradicional supone la solución idónea a nivel de presupuesto y para aquellos usuarios que no disponen de suficiente espacio en el hogar.

Pero lo realmente decisivo es valorar su intensidad de uso. Para grandes cantidades de ropa a planchar, como en el caso de una familia con niños, un centro de planchado con generador de vapor ahorra mucho tiempo y esfuerzo. En cambio, si se trata de una familia sin niños o no acostumbran a planchar mucha ropa, una buena plancha convencional puede dar muy buen resultado al usuario.

Como fabricantes, nuestra experiencia nos demuestra que la calidad de planchado es prácticamente igual si se comparan una buena plancha convencional con un centro de planchado. Las diferencias radican en

dos puntos importantes. Por un lado, en la disponibilidad de vapor continuo. Por otro lado, y no menos importante, también hay que considerar que la plancha de los centros de planchado pesa prácticamente 1 kilo menos que una plancha convencional, dado que no tiene depósito de agua dentro. Y es que el peso de la plancha es un factor importante en la decisión de compra ya que si se va a planchar durante mucho tiempo mover un modelo pesado puede hacer que la tarea resulte agotadora.

Pero claramente lo primero que debe plantearse el usuario es cuánta ropa va a planchar. En cualquier caso, Hoover te ofrece la solución ideal a todas las necesidades.

Respecto a lo anterior, ¿está prevista alguna novedad?

En Hoover trabajamos continuamente por ofrecer a nuestros clientes los mejores productos que le hagan la vida más fácil. Por supuesto que llegarán importantes novedades, con diseños y prestaciones especialmente pensadas para conseguir la mejor experiencia en nuestros clientes cuando utilizan un electrodoméstico Hoover, en todas nuestras familias de producto, especialmente en aspiración, pero también en el planchado.

Y por último, ¿qué metas se fijan desde Candy Hoover para el futuro?

Entrando en Haier, el primer grupo mundial de electrodomésticos, hay sólo una meta: crecer para conseguir lo que ya se ha conseguido en otros continentes. Seguimos siendo el grupo que más crece en Europa y desde este año también en España.





FOTO: ELECTROLUX

Innovación en el sector electro

Electrodomésticos eficientes e inteligentes

La innovación es esencial en el sector de los electrodomésticos y la electrónica de consumo. El aumento de la eficiencia, la incorporación de nuevas funcionalidades, la simplificación del manejo o el aprovechamiento de las ventajas que ofrece la conectividad son algunas de las prioridades que guían la evolución.

Nuestro sector es particularmente sensible y receptivo ante la innovación. Los fabricantes invierten mucho trabajo, tiempo y recursos para mejorar sus aparatos por responsabilidad -como sucede con los avances relativos a la eficiencia- o por sobresalir respecto a la competencia con más y mejores prestaciones, facilitando la vida de sus usuarios. Pero también innovan porque saben que los consumidores desean esa innovación. Nadie quiere sustituir su viejo televisor, por ejemplo, por un equipo con menos cualidades. De hecho, es frecuente que el usuario se decida a sustituir un electrodoméstico antiguo cuando aún sigue funcionando correctamente con el fin de acceder a un aparato que satisfaga mejor sus pretensiones. Igual que sucede con los coches, por ejemplo.

“Los usuarios cada vez se muestran más receptivos a la hora de tener prestaciones para que sus tareas diarias sean más sencillas y rápidas. Los electrodomésticos inteligentes son una alternativa a la forma tradicional de hacer las cosas y comienzan a extenderse por multitud de hogares”, se explica desde Siemens, una de las marcas del grupo BSH, junto a Balay, Bosch, Gaggenau o Neff.

Pedro Cuerda, Director de Marketing de CNA Group, propietario de las marcas Cata, Edesa, Nodor y Apelson, afirma que “el usuario es cada vez más consciente de cómo la innovación tecnológica del sector convierte cocinar en una experiencia”. Considera que “existe un segmento cada vez más amplio de usuarios ávidos de novedades y dispuestos a invertir en ellas”. También hace hincapié en que “la clasificación energética del producto está cada vez más presente en la decisión de compra”, sobre todo en las gamas de producto de alto consumo, como los frigoríficos.

Borja Cameron, Director de Marketing y Comunicación de Electrolux Iberia, con marcas como AEG, Zanussi o la propia Electrolux, señala que “los consumidores se preocupan cada vez más por la tecnología, ahorro de tiempo, energía, sostenibilidad y, en definitiva, un equilibrio entre calidad-precio”. Asimismo, Susana Reig, Brand Communication Manager de Whirlpool España, opina que “el usuario es muy receptivo a la innovación en los electrodomésticos, porque ésta puede facilitar las tareas diarias del hogar”. “Cada vez vivimos más deprisa y tenemos menos tiempo. Y el poco que tenemos, no queremos dedicarlo a ciertas tareas. Preferimos disfrutar de momentos con nuestros amigos y familia o realizar otras actividades. Poder reducir el tiempo de las tareas del hogar para ganar momentos que realmente importan es lo que hace que el usuario esté abierto a la innovación. Eso sí, busca invertir menos tiempo, ganar tiempo libre, pero obteniendo los mejores resultados”, añade.

Felipe Martín, Director General de Gigaset, apunta que “aunque el precio sigue siendo el factor de peso a la hora de determinar una opción de compra,



FOTO: BEKO

elementos como la sostenibilidad y las prestaciones empiezan a situarse como valores añadidos que pueden inclinar la balanza en la decisión final del comprador”. Igualmente, Smeg considera que “el cliente es mucho más susceptible a las innovaciones y mejoras, siempre y cuando tengan en cuenta el medioambiente y apuesten por un uso más ecológico”.

De hecho, Jordi Clotet, Product Manager de Aerothermia & RAC de Panasonic Iberia, opina que “los consumidores tienen más responsabilidad medioambiental y cada vez son más conscientes de que la eficiencia es un factor que influye en el

precio de la vivienda y que éstas tienen un coste energético asociado”. Y eso repercute en el interés de los clientes por la innovación. “A la hora de comprar, se buscan cuáles son los equipos más eficientes energéticamente para reducir el coste energético”, comenta.

Chiara Nazzaro, Marketing Manager Iberia de Candy Hoover, recientemente integrada en el grupo Haier, anota que “el factor precio es importante, pero no es el único elemento decisivo, ya que la nueva era de los electrodomésticos conectados ha encontrado en las nuevas generaciones tecnológicas un segmento interesado en prestaciones superiores”. Y explica por qué: “Ahora nos encontramos ante un usuario más exigente, más preparado y que busca nuevas soluciones que se adapten a su estilo de

FOTO: BSH (SIEMENS)





FOTO: CANDY HOOVER

vida, experiencias interactivas en las que poder dominar el electrodoméstico beneficiándose de las ventajas que la tecnología proporciona”.

Por su parte, LG indica que “los usuarios son receptivos con los nuevos productos, pero siempre buscan funcionalidad y la máxima eficiencia y durabilidad en los electrodomésticos que quieren adquirir”. Además, Kärcher señala que “el usuario demanda innovaciones constantes, sobre todo aquellas que le aportan más tiempo libre”.

En este sentido, Cristina Reque, responsable de Marketing y Comunicación de Miele España, reseña que “los usuarios valoran estas innovaciones de forma muy positiva, ya que esto les proporciona más flexibilidad y confort en su día a día”.

En cualquier caso, debemos tener en cuenta que la innovación siempre tendrá más peso en determinados aparatos o gamas de producto. “El precio sigue siendo un factor determinante a la hora de elegir producto, pero la innovación es lo que, en definitiva, atrae y genera nuevo consumo. Por ejemplo, una plancha de primer precio se sustituirá cuando la actual deje de funcionar. Pero una plancha ‘buena’, se sustituirá si se encuentra una que mejore el resultado de la actual”, afirma Federico Leao, Product Manager & Marketing Director de B&B Trends, distribuidor de marcas como Di4 o Ufesa.

El departamento de Producto de Beko indica que “el usuario al que le gusta cocinar y sigue, por ejemplo, los programas de televisión ‘MasterChef’ o ‘Bake off’, prefiere fijarse en las prestaciones y, en segundo lugar, en el precio, pues está dispuesto a pagar más por un producto de altas prestaciones que le ayude a crear deliciosas recetas. Sin embargo, en lo que respecta a la conservación de alimentos, los usuarios buscan más un buen producto con una buena relación calidad/precio y que combine estéticamente con su cocina. No

años, el usuario se enfocaba principalmente al precio. Pero con el paso del tiempo y los avances tecnológicos, ha adquirido más conocimiento y es consciente de que para tener una buena experiencia de usuario, hay que ser más exigente. Ese es el motivo por el que la gama media y la gama media/alta están en auge, en detrimento de la gama baja. Como ejemplo, podemos citar los contenidos en streaming, cada vez más populares gracias a plataformas como Netflix, HBO, DAZN y similares. Un equipo con malas especificaciones técnicas, no alcanza los estándares de calidad que busca el usuario”, valora.

Asimismo, el responsable de Gigaset afirma que la innovación tecnológica se tiene especialmente en cuenta a la hora de comprar productos como las “soluciones profesionales, dispositivos del hogar conectado y smartphones, donde el cliente espera encontrar una combinación de calidad, prestaciones y diseño”.

Si hablamos de climatización, Oscar Gundin, National Sales Manager AC de Hisense, declara que el cliente ha cambiado su percepción en cuanto a estos sistemas. “Busca una mejora en la eficiencia, ahorro y conciencia medioambiental y considera de gran importancia la sonoridad del equipo, la salubridad del aire, el diseño del mismo y, por supuesto, la conectividad de los mismos, por lo que ofrece en cuanto a confort, control de funcionamiento, programación, etc.”.

En el ámbito del PAE, las preferencias de los consumidores y, por tanto, el sentido de la innovación, varía dependiendo de la familia de la que se trate. “En preparación de alimentos, continúa existiendo mucho interés en la potencia de los productos. Sin embargo, en la gama de desayuno, electrodomésticos que están a la vista

FOTO: PANASONIC



Miele



NUEVA GENERACIÓN 7000

REDEFINE LA PERFECCIÓN CON MIELE

MIELE.ES/GENERACION7000

#LifeBeyondOrdinary



FOTO: LG

en las cocinas, los consumidores buscan algo que tenga más diseño. Un producto que cumpla las funciones, pero también forme parte de la decoración de sus cocinas. En cuidado personal, los consumidores tienden a buscar productos más innovadores, no solamente en tecnología, sino también en diseño. Y en depilación, dentro de cuidado personal, la necesidad es acabar con el vello indeseado. Antes de la fotodepilación, las depiladoras de arranque o rasuradoras ocupaban todo el mercado. Con el lanzamiento de las fotodepiladoras, las personas realizaron en su gran mayoría la transición a la fotodepilación, que cumplía de mejor forma las expectativas de satisfacer su necesidad”, especifica María José Barboza, Marketing & Communication Manager de Spectrum Brands, propietaria de las marcas Russell Hobbs, George Foreman o Remington, entre otras.

FOTO: WHIRLPOOL



En cualquier caso, remarca que “la innovación tiene que surgir de una demanda, de una necesidad del consumidor, de un deseo no cubierto por la oferta actual para que el consumidor esté dispuesto a pagar el precio y a adquirir el producto”. De este modo, asegura que “las personas serán receptivas a las innovaciones y estarán dispuestas a pagar mayores precios siempre que éstas apunten a cubrir necesidades nuevas o satisfacer mejor una necesidad que otro producto anterior”. Por el contrario, advierte que “hemos visto muchos lanzamientos muy innovadores pero que fracasaron porque sí eran una innovación, pero no existía una necesidad para los mismos”.

A continuación, revisamos las principales innovaciones que están llegando a cada familia de productos.

LAVADO Y SECADO

Lavadoras

Eficiencia. Siemens-BSH hace hincapié en que sus lavadoras A+++ ofrecen “resultados perfectos consumiendo el agua imprescindible para ello”, debido a la inclusión de tecnologías como ‘waterPerfect’. “Gracias a los sensores que equipa, es capaz de optimizar automáticamente el consumo de agua midiendo dos variables concretas: nivel de agua y caudal. Y la responsable de Miele reseña que los nuevos equipos están logrando “ahorrar hasta un 40% de energía más de lo exigido para la clase de eficiencia energética A+++”.

Igualmente, la responsable de Whirlpool señala que los sensores inteligentes que incorporan los últimos electrodomésticos “adaptan los recursos según el tamaño y el tipo de carga, consiguiendo hasta un 50% de ahorro de energía, agua y tiempo”.

Dosificación automática. “Con ‘AutoDose’, el usuario puede llegar a hacer hasta 23 lavados sin necesidad de llenar el depósito de detergente, que se irá regulando dependiendo de cada lavado”, anota Beko. Así, el usuario puede olvidarse de rellenar el depósito y desperdiciar detergente en cada lavado, “además de permitirle comprar el tipo de detergente líquido que más le convenga por precio, fragancia o preferencia”, añade. Igualmente, Reque señala que la tecnología de dosificación ‘TwinDos’ de Miele “consigue un ahorro del 30% de detergente”.

Gran capacidad. Siemens-BSH destaca el lanzamiento de lavadoras con 10 kg de capacidad. Podemos encontrar incluso algún modelo con capacidad para coladas de 12 kg.

Inyección de agua. Beko se refiere a su tecnología ‘AquaTech’, en la que “la inyección directa del agua previamente mezclada con el detergente hace que el ciclo de lavado sea más corto en hasta un 50%, ya que la acción del agua reemplaza los movimientos del tambor”, además de cuidar mejor los tejidos.

Mejores programas cortos. Siemens-BSH habla del programa ‘powerSpeed 59’, “que lava hasta 5 kg de ropa en 59 minutos”. Y Nazzaro destaca la incorporación de un set de 9 programas rápidos en sus nuevas lavadoras y lavasecadoras. En una línea parecida, la responsable de Miele se detiene en su programa ‘Single Wash’, “solución para lavar de manera eficiente y rápida pequeñas cargas de ropa”.

Refresco de la ropa. Siemens-BSH destaca la tecnología ‘sensoFresh’, que recurre al oxígeno activo para eliminar los olores de la ropa en poco tiempo (30-45 minutos) y sin necesidad de lavar, incluso en tejidos delicados y no lavables.

Mantenimiento en la cuba. Reig detalla que el sistema ‘Fresh Care+’ “permite dejar la ropa en la lavadora hasta seis horas después de que haya acabado el ciclo”. “Es posible por la combinación del giro del tambor, que da una vuelta cada cierto tiempo para dejar la ropa más suelta; y la acción del vapor, que impide que proliferen malos olores y bacterias, del mismo modo que evita que se produzcan arrugas”, explica.

Función antimanchas. Siemens-BSH indica que los últimos modelos disponen de esta función, que ofrece “tratamiento de hasta 16 tipos de manchas difíciles”, como césped, barro, etc.

Silencio. La responsable de Whirlpool pone el acento en el desarrollo de lavadoras más



Nueva gama **ULTIMATE**
Un antes y un después



LA FUERZA DE LA SUCCIÓN
CON LA MÁXIMA LIGEREZA

Más potentes
Más compactos
Más ligeros
Más silenciosos
La limpieza que innova

taurus

www.taurus-home.com



**BRUSHLESS
MOTOR**



FOTO: BEKO

silenciosas, gracias a la tecnología 'Zen'. "Sustituye la correa tradicional del motor por otro de alto rendimiento en la cuba. Esta nueva tecnología, además de reducir el ruido de la lavadora, permite el ahorro de energía, otro de nuestros propósitos". Igualmente, Siemens-BSH remarca que su motor 'iQDrive' "consigue un lavado más eficiente y silencioso".

Lápiz quitamanchas. Cameron destaca este accesorio de AEG, "que gracias a la tecnología de ultrasonido, envía pequeñas vibraciones a través de las fibras de la ropa, eliminando las manchas partícula a partícula".

Conectividad e IA. La Marketing Manager de Candy Hoover señala que su nueva gama de electrodomésticos dotados con inteligencia artificial (IA) "reconocen la voz, aprenden los hábitos y ofrecen soluciones de lavado y secado adaptados al estilo de vida". Especifica que estos aparatos están "totalmente conectados a través de Wi-Fi y proporcionan un amplio abanico de funciones exclusivas". Por ejemplo, señala que "al utilizar la geolocalización, consulta las previsiones meteorológicas y aconseja el mejor momento para hacer la colada". Además, remarca que "se puede interactuar con el electrodoméstico de hasta cuatro formas distintas: utilizando el display; la app 'Hoover Wizard'; la voz, a través de 'Hoover Talks'; o incluso con los altavoces inteligentes, como el nuevo dispositivo Google Home o Amazon Alexa". Asimismo, recalca que "Hoover ha desarrollado un sistema de interacción completa directamente con el electrodoméstico y con 'Hoover Direct Voice', que permite comunicarse e interactuar con la lavadora directamente, sin dispositivos intermediadores".

Asimismo, LG se detiene en sus nuevas lavadoras con IA 'Intello DD'. "Detecta el volumen de prendas y la dureza de los tejidos para seleccionar el lavado más óptimo. Con el aprendizaje automático y los datos recopilados por LG, se crean patrones de lavado que cambian en cada colada, con el fin de reducir un 18% el daño del tejido, garantizando

un mayor cuidado y protección de las prendas", indica la compañía.

Secadoras

Eficiencia. "La tecnología que equipan hoy en día nuestras secadoras A+++ permite tener una colada perfecta consumiendo hasta un 50% respecto a un modelo convencional de clase A. Actualmente, las que cuentan con tecnología de bomba de calor están reconocidas como las más eficientes, y contribuyen a reducir el gasto de energía utilizando temperaturas de secado más bajas -en comparación con los modelos de condensación- y con innovaciones como el condensador autolimpiante, que permite mantener la máxima eficiencia energética durante toda la vida útil de la secadora sin necesidad de realizar una limpieza manual", explica Siemens-BSH. De igual modo, Reig comenta que los

sensores que incluyen sus equipos "detectan la suciedad y adaptan la presión del agua".

Secado inteligente. "Con tan sólo seleccionar la función 'intelligentDry', tanto desde cualquier dispositivo móvil como en la propia secadora, se ajustará automáticamente el mejor programa de secado para la colada que se acaba de lavar, con un tiempo de secado mucho más preciso", especifica Siemens-BSH.

Sensor de humedad interior. El responsable de Electrolux se detiene en los equipos con tecnología 'FiberPro' con '3DScan', un sensor exclusivo que detecta la humedad en el interior de las prendas para conseguir resultados de secado uniforme, incluso en las cargas más grandes y los tejidos más gruesos. "Se asegura que todas las prendas queden igual de secas, incluso las más gruesas, como anoraks o edredones", afirma.

Programas rápidos. Siemens-BSH indica que su sistema 'smartFinish' permite "obtener en 45 minutos resultados con menos arrugas en tres tipos de prendas distintos".

Gran capacidad. Siemens-BSH reseña que la capacidad de carga de sus últimas secadoras ya se eleva hasta los 9 kg. Y alguna marca llega hasta los 10 kg de capacidad.

Limpieza del depósito. Siemens-BSH destaca el sistema de limpieza 'Intelligent Cleaning System', "que permite vaciar el depósito únicamente tres o cuatro veces al año, sin necesidad de hacerlo tras cada lavado".

Lavavajillas

Eficiencia. "Reducir el consumo de energía en cuanto al lavavajillas es fundamental. Pero hacerlo con el agua es todavía más importante. Con nuestros lavavajillas A+++ se puede conseguir

FOTO: CANDY HOOVER



fácilmente con 'aquaSensor', que ajusta la cantidad de agua, la temperatura y el tiempo de lavado para optimizar al milímetro el consumo y no gastar ni una sola gota de más. Además, el sistema de secado con 'zeolitas' absorbe la humedad y la transforma en calor durante el ciclo de lavado. Así se consigue secar la vajilla con un menor consumo de energía, logrando resultados impecables. Las 'zeolitas' consumen un 10% menos que la clase A+++”, reseña Siemens-BSH. Asimismo, Cuerda destaca que los nuevos lavavajillas Edesa A+++ presentan un consumo de sólo 10 litros de agua por ciclo.

Dosificación automática. Esta tecnología, cada vez más presente en las lavadoras, se traslada a los lavavajillas. “Hemos lanzado la tecnología 'AutoDose', con dosificación automática de detergente y abrillantador líquido, permitiendo al usuario olvidarse de rellenar el depósito hasta dentro de un mes”, reseña Beko. También en esta línea, la responsable de Miele se refiere a sus lavavajillas con tecnología 'AutoDos' y el detergente 'PowerDisk', que dura aproximadamente un mes.

Manejo sencillo. “Mejoramos la intuitividad a la hora de utilizar los lavavajillas con 'QuickSelect', de manera que el usuario puede customizar el tiempo de lavado que quiere para su vajilla sólo deslizando el dedo, lo que facilita la forma de usar el producto”, apunta el Director de Marketing de Electrolux.

Aprovechar la tarifa eléctrica. La Directora de Marketing de Miele pone el acento en la tecnología 'EcoStart', que “aprovecha franjas horarias variables y deja que sea el lavavajillas el que elija la hora de inicio con la tarifa eléctrica más económica para el programa seleccionado”. Se pueden programar hasta tres tarifas distintas, definiendo la hora de finalización más tardía. “En función de ello, el lavavajillas selecciona la hora de inicio más barata dentro de la ventana de tiempo programada”.

FOTO: WHIRLPOOL

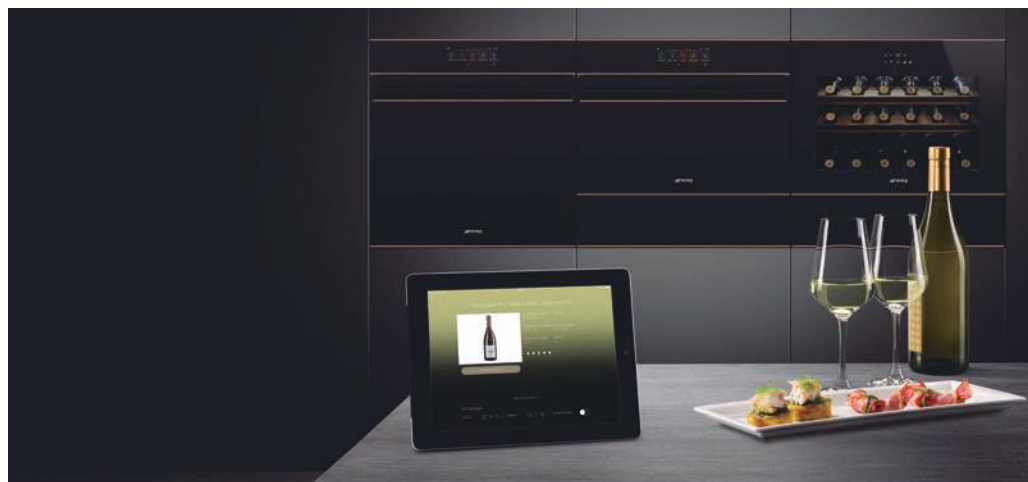


FOTO: SMEG

Uso de agua caliente. “Algunos lavavajillas cuentan con la función 'ThermoAhorro', que permite conectar cualquier aparato de lavado a una toma de agua caliente de hasta 60 °C. Con ello se reduce el consumo eléctrico en hasta un 40%; y la duración, en hasta un 9%. En el programa automático, lo hacen a partir de un mínimo de 6,5 litros de consumo de agua, mucho menos de lo que se necesita para llenar un fregadero”, afirma Reque.

Inyección de agua. La responsable de Whirlpool reseña que su tecnología 'PowerClean' “elimina la suciedad más difícil con los inyectores de agua en la parte trasera del lavavajillas”, de forma que “la presión del agua se adapta automáticamente según el nivel de suciedad que detectan los sensores inteligentes, reduciendo también el consumo de agua”.

Mejor secado. Reig incide en el sistema 'PowerDry'. “que recoge todo el vapor y lo convierte en agua, la cual desaparece

a través del desagüe”, haciendo que no haya vapor al abrir la puerta. “Los platos, incluso los de plástico, quedan completamente secos. Sin una gota”, comenta. Asimismo, el responsable de CNA Group destaca la inclusión del 'Auto Door Opening' o apertura de puerta inteligente al término del programa de lavado, con el fin de optimizar el proceso de secado. Y el sistema de secado con 'zeolitas', citado anteriormente, también mejora los resultados.

Ajuste de bandejas. Cuerda habla del sistema de regulación 'push' de la bandeja superior que incluyen algunos aparatos, “que permite ajustar fácilmente en altura esta bandeja en cada lavado, permitiendo un aprovechamiento más eficiente del espacio”.

Bandeja para cubiertos. El Director de Marketing de CNA Group se detiene en la bandeja 'Slide & Go' para cubiertos, que destaca por su fácil instalación o extracción, a la par que deja suficiente espacio para copas o recipientes altos.

COCCIÓN

Hornos

Vapor y combinaciones. Siemens-BSH destaca la inclusión de sistemas de aporte de vapor para cocinar o calentar platos ya cocinados, respetando al máximo las propiedades organolépticas de los alimentos. En este sentido, Cameron resalta el lanzamiento de los hornos AEG con tres modos de cocción -vapor, calor y combinación de ambos- y la función de cocción al vacío. Asimismo, la responsable de Miele recuerda la reciente presentación de un nuevo horno a vapor y microondas, así como su horno a vapor combinado con horno multifunción. “Estas uniones reducen los tiempos de cocción y hacen que el resultado de las recetas sea profesional, además de ser una gran opción para aquellos que quieran tres electrodomésticos en uno”, comenta.

Pantallas y controles. “Se han mejorado los displays y ahora son mucho más interactivos, sencillos y fáciles de manejar para los usuarios”,



FOTO: MIELE

señala Smeg. Por su parte, la Brand Communication Manager de Whirlpool se detiene en su mando rotativo '6th Sense', que "permite seleccionar entre seis categorías diferentes de cocción para obtener los mejores resultados".

Recetas programadas. Reig indica que sus nuevos modelos incorporan "una guía de recetas paso a paso y, automáticamente, se selecciona la temperatura y el tiempo adecuados", gracias a la tecnología '6th Sense'. Igualmente, Cuerda reseña que los hornos Cata desarrollados en colaboración con Celler de Can Roca disponen de 13 recetas del restaurante, además de poder incluir recetas propias.

Sonda térmica. "Mide con precisión la temperatura interna de los alimentos y permite saber exactamente cuándo está lista la pieza de carne o pescado, independientemente de si se prefiere poco hecha, al punto o muy hecha. Cuando alcanza la temperatura programada, el horno se desconecta solo", precisa el responsable de Electrolux Iberia.

Apertura automática. La responsable de Miele destaca su función 'Taste Control', que "evita el exceso de cocinado gracias a la apertura automática del horno".

Conectividad. Siemens-BSH indica que los nuevos modelos ya pueden manejarse desde el móvil o la tablet con su app 'Home Connect', que permite modificar ajustes con un solo clic y recibir notificaciones cuando la comida esté lista. La responsable de Miele también incide en que "se está avanzando a pasos agigantados gracias a la transformación digital". "Ahora ya se

puede presumir de receta en redes sociales gracias a la cámara integrada en los hornos multifunción o bien pedir cualquier tipo de accesorio para el horno a través de la app 'Miele@mobile', comenta. Asimismo, el responsable de Electrolux Iberia reseña que sus nuevos hornos pueden ser controlados por voz o desde su app.

Placas

Control intuitivo. "En inducción, los paneles de control evolucionan hacia un uso más intuitivo para el usuario e incluyen modelos 'mono-slider touch', 'multi-sliders', 'round slider' y los más sofisticados, los 'hidden-sliders', cuyo encendido retroiluminado oculta el panel de control hasta que el usuario lo activa", explica el Director de Marketing de CNA Group.

Flexibilidad total. Reque recalca que las nuevas placas de inducción total "proponen una superficie sin zonas independientes de inducción, consiguiendo, gracias al reconocimiento inteligente del menaje, que el ajuste de temperatura se mantenga, incluso al mover los recipientes". En esa línea, Cameron habla de la función 'puente'. "Conecta dos zonas individuales para cocinar como si se tratase de una única zona, con un único control para seleccionar la temperatura y el temporizador", puntualiza.

Sensores y funciones especiales. La responsable de Whirlpool señala que "los sensores detectan la temperatura de la olla y establecen automáticamente el nivel de potencia necesario según la función escogida: cocción lenta, derretir, mantener caliente, moka, etc.". Asimismo, Cuerda indica que los nuevos modelos de placa disponen de funciones

especialmente pensadas para fundir/descongelar (45-55 °C), calentar/mantener caliente (65-70 °C) o hervir a fuego lento (85-95 °C). Y Cameron señala que su nueva gama de placas viene equipada con sonda térmica inalámbrica y sin batería, que permite "saber la temperatura del núcleo del alimento con una precisión de +/- 1 °C. También cita la función 'SenseBoil', que "detecta las vibraciones de las burbujas cuando alcanza el punto de ebullición y baja la temperatura automáticamente para evitar derrames".

Recetas incorporadas y baja temperatura.

Cuerda señala que con sus encimeras es posible "cocinar en casa como un chef con tres estrellas Michelin, gracias a sus veinte recetas del restaurante Celler de Can Roca y la posibilidad de añadir recetas propias". Además, que sus nuevas encimeras permiten aprovechar "todas las ventajas de la cocción a baja temperatura, bien sea con sensor externo -modo 'Precise'-, que ajusta la temperatura en un rango de 40 °C hasta 180 °C, a intervalos de 1 °C; o mediante el sensor situado debajo de cada zona de cocción -modo 'Fast'-, que ajusta la temperatura en un rango de 40 °C a 100 °C, a intervalos de 10 °C", especifica. "El control de la temperatura y el tiempo de cocción sorprende por el resultado en las texturas de carnes, verduras o legumbres. Además, se conservan las cualidades nutricionales, minerales y vitaminas de los alimentos de manera natural", añade.

Función 'barbacoa'. El responsable de CNA Group destaca el desarrollo del "calentamiento por inducción 'HoriZone Tech' con función 'barbacoa', que permite, con la utilización de parrillas de hierro fundido, lograr temperaturas uniformes en 800 cm² de zona de cocción y la elaboración de platos hasta ahora exclusivos de la cocina 'outdoor'".

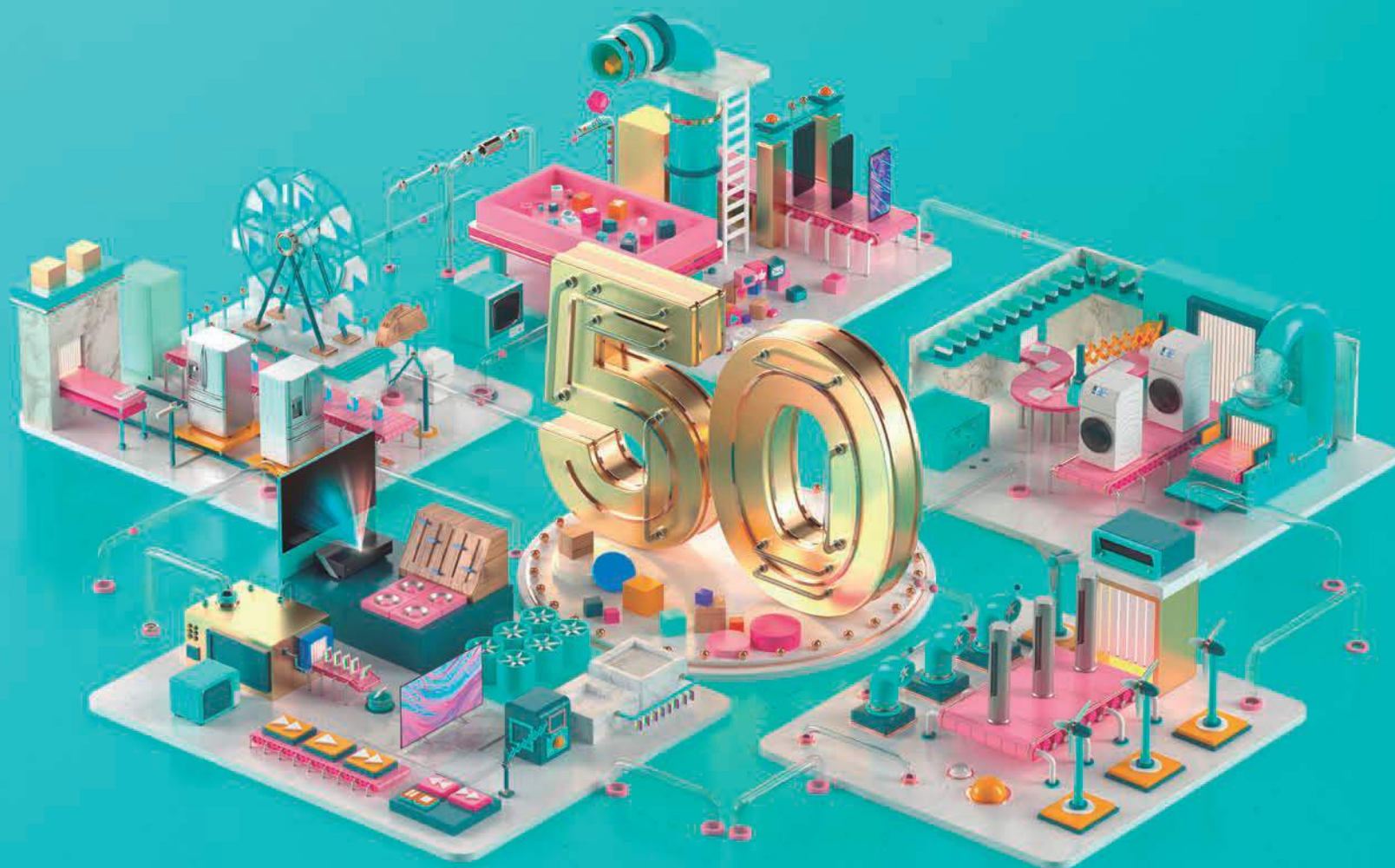
Pantalla. El Director de Marketing de Electrolux Iberia recuerda que la pantalla a color de sus nuevas placas "ofrece acceso instantáneo para activar las zonas de cocción e información en otras funciones, como puede ser el temporizador". Igualmente, Cuerda señala que la incorporación de este tipo de pantallas "permiten la navegación

FOTO: CATA ELECTRODOMÉSTICOS



Hisense

50th
ANNIVERSARY
1969-2019



Celebrando 50 años de innovación

En Hisense desarrollamos todos nuestros productos pensando en la generación del mañana. Desde la electrónica de consumo hasta sistemas de transportes inteligentes que modernizan la gestión del tráfico de las ciudades. Llevamos 50 años trabajando para que el futuro sea mejor. Hisense Life Reimagined.

www.hisense.es



por el recetario y tablas de cocción y nos guían, si así lo queremos, paso a paso en la preparación de cualquier plato”.

Conectividad. Moisés Castillo, Director Comercial de Inoxpan, fabricante de la marca Pando, destaca la “conectividad inteligente entre la campana y la placa, a través del sistema ‘AirLink’ de inducción y manejo remoto a través de ‘Pando App’”. Asimismo, el responsable de CNA Group reseña que la conexión entre la encimera y la campana permite que la placa se convierta “en centro de control del área de cocinado”. “El modo ‘Auto’ permite olvidarse de ajustar la potencia de extracción de la campana”, detalla.

Mejoras en gas. Cuerda destaca el lanzamiento de encimeras de gas “con instalación inteligente y triple quemador de gas de 4 kW”, disponibles tanto en versión de cristal como de acero inoxidable. Igualmente, Castillo pone el acento en el nuevo sistema de mandos ‘Touch Control’ en su gama de gas.

Modelos panorámicos. Estos equipos semiprofesionales, disponibles tanto en inducción como en gas, disponen de 3 y 4 zonas de cocción en línea, tal y como explica Cuerda.

Campanas

Motores ‘brushless’. El responsable de CNA Group indica que se trata de motores “extrasilenciosos, con clasificaciones energéticas A+++”, que redundan en bajos niveles de consumo energético y, por tanto, en ahorro”.

Ajuste automático. La responsable de Whirlpool destaca la adaptación automática y dinámica de la campana según lo que se esté cocinando y sus necesidades de extracción, gracias a los sensores y la tecnología ‘6th Sense’, contribuyendo al ajuste del consumo energético.

De techo. Siemens-BSH señala que se está avanzando en la tendencia a instalar campanas

de techo, desarrollando modelos capaces de adaptarse a cualquier tipo de techo “El nuevo extractor de techo ‘slim’ está diseñado para alturas de mínimo 20 cm de falso techo. Y el extractor de techo ‘plug&play’ permite instalarse sin necesidad de encastrar, sin complicaciones y con funcionamiento únicamente en recirculación”, detalla la firma.

Conectividad. Siemens-BSH reseña que los nuevos modelos de campanas “pueden controlarse con un solo clic a través de la app ‘Home Connect’”. Y el responsable de Inoxpan-Pando recuerda la posibilidad de comunicación inteligente entre la campana y la placa, gracias al sistema ‘AirLink’ y a la aplicación ‘Pando App’”. Desde Smeg también se habla del nuevo sistema de interconexión con las encimeras, “que permite mantener la velocidad de la campana sincronizada con la potencia de la placa, facilitando la absorción de humos y olores durante la cocción”. Igualmente, Cuerda destaca sus conjuntos de campana y encimera con sistema de conectividad, que permite “manejar totalmente la campana desde la placa de cocción de la misma familia”, así como autoajustar la potencia según las necesidades de lo que se esté cocinando. “La campana se conecta automáticamente cuando detecta la cocción y ajusta la potencia al tipo de cocinado”, detalla. Asimismo, la responsable de Whirlpool indica que la conexión WiFi de sus campanas, permiten que “la campana se encienda automáticamente y programe el nivel de aspiración de aire cuando se utilice la placa o cuando se esté llevando a cabo el ciclo de limpieza pirolítica del horno”. Y señala que “la luz de la campana también se puede programar y nos serviría como un centro de notificaciones del resto de



FOTO: ELECTROLUX

electrodomésticos, pudiendo alertarnos de que el ciclo del lavavajillas ha finalizado o que la comida está lista”.

Sistema de filtrado. “El nuevo sistema de recirculación de alta eficiencia antipolen es válido para campanas decorativas de isla y pared, extractores de techo, módulos de integración y campanas telescópicas. Este filtro permite respirar un aire más limpio y puro en la cocina, gracias a una tercera capa de impregnación biofuncional, la cual reduce al mínimo la presencia de alérgenos presentes en el polen. Con estos filtros se optimiza el rendimiento de la campana, con un menor nivel de ruido -en comparación con el kit de recirculación tradicional-, una absorción de olores de más del 90 % y un año de rendimiento óptimo de la campana sin necesidad de cambiar el filtro de carbón activo”, explica Siemens-BSH. Asimismo, el Director de Marketing de CNA Group apunta que la función de renovación del aire automática ayuda a “eliminar olores y purificar el aire”.

FRÍO

Eficiencia. “La gama de combis Siemens, tanto en 60 como en 70 cm de ancho, está certificada como A++ y A+++”. Lo consiguen equipando innovadoras modificaciones, como el cambio de sitio del condensador, que ahora se encuentra en los laterales, o con funciones que ayudan a ser eficiente en el día a día. Por ejemplo, con su electrónica perfectamente integrada en la puerta, se puede realizar cualquier ajuste sin necesidad de abrirla; la tecnología ‘no frost’ evita la formación de hielo en las paredes del congelador; y gracias a la iluminación LED se puede ver todo el interior sin problemas y consumiendo menos energía”, indica

FOTO: INOXPAN (PANDO)



easyCOOK

ROBOT MULTIFUNCIÓN



PICA



CUECE



TRITURA



SOFRÍE



PESA



MEZCLA



AMASA



CUECE
AL VAPOR

SS-14555



VASO MEZCLADOR



VAPORERA



TAPA



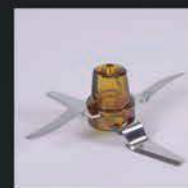
TAPÓN MEDIDOR



CEPILLO LIMPIADOR



ACC. AMASADOR



CUCHILLA



ESPÁTULA



ACC. MEZCLADOR





FOTO: BSH (SIEMENS)

la marca del grupo BSH. Por su parte, Reig destaca la contribución de los motores inverter y funciones como el modo 'vacaciones'.

'No frost' mejorado. Beko habla de su tecnología 'NeoFrost Dual Cooling', "que es el 'no frost' mejorado". "Esta tecnología ofrece la máxima comodidad de la descongelación automática total y mantiene las condiciones de humedad óptimas para la mejor conservación de los alimentos. A diferencia del 'no frost' convencional, cuenta con dos sistemas de frío independientes. El aire seco del congelador no va a la cavidad del frigorífico, por lo que los alimentos no pierden la humedad y se conservan por más tiempo. Asimismo, tampoco hay mezclas de olores o sabores, ya que el aire en cada cavidad únicamente recircula en la misma. Además, el usuario no tiene que descongelar manualmente el congelador", detalla la firma.

Igualmente, la representante de Whirlpool describe su sistema 'Dual NoFrost', "dos sistemas 'no frost' separados, uno para el frigorífico y otro para el congelador, que crean las condiciones óptimas

FOTO: BEKO



FOTO: CECOTEC

de conservación porque no se produce condensación, se recupera la temperatura más fácilmente y no se mezclan olores". Explica que esta tecnología "hace que se puedan mantener frutas y verduras frescas hasta 15 días en cualquier lugar del frigorífico".

Rapidez y distribución del frío. LG habla de su tecnología 'Door Cooling', "que garantiza un enfriamiento un 32% más rápido y ayuda a mantener una temperatura uniforme en todos los rincones del frigorífico", conservando los alimentos frescos y manteniendo su sabor y olor.

Aprovechamiento del espacio. Cuerda destaca el desarrollo de "formatos en refrigeración que permiten un mejor y mayor aprovechamiento de los espacios".

Más allá del estándar. El Director de Marketing de CNA Group se detiene en

el lanzamiento de "'combis' de 2 metros de altura o de 70 cm de ancho".

Diseño. Cuerda incide en que "el diseño no queda relegado a un segundo plano, sino que está presente en los LED en puerta, la iluminación LED en interior, en los acabados de perfiles metalizados en balcones y estantes de cristal templado o en las nuevas puertas de cristal real, blanco o antracita".

Sin necesidad de abrir. LG destaca su tecnología 'InstaView Door in Door', "un panel de cristal templado que se ilumina al hacer 'toc-toc'", con el fin de ver el interior del frigorífico sin abrir la puerta del mismo.

PAE DE COCINA

Cafeteras exprés

Inclusión de depósitos. Siemens-BSH habla de la incorporación de depósito de café en grano o molido, así como del depósito de leche, simplificando la preparación del café.

'Inteligentes' y superautomáticas. Cecotec destaca sus cafeteras "megaautomáticas, que preparan todo tipo de cafés con sólo pulsar un botón". Y Siemens-BSH se detiene en el sistema 'iAroma', "que controla el calentador, la bomba de agua inteligente y el molinillo cerámico", con el fin de preparar el mejor café.

Pantalla. Algunas de las nuevas cafeteras disponen de display TFT totalmente táctil y con iluminación, como señala Siemens-BSH.

'Modo barista'. Siemens-BSH destaca la inclusión de este modo en sus cafeteras, permitiendo elegir "hasta 22 variedad de café".

Otros productos

Gama de desayuno. La responsable de Spectrum Brands detalla que la nueva gama de desayuno de Russell Hobbs apuesta por la reducción del tamaño de los aparatos que componen esta familia, "para



FOTO: WHIRLPOOL



FOTO: GRUPO DE'LONGHI (DE'LONGHI, BRAUN, KENWOOD)

satisfacer a todos los usuarios que tienen espacios reducidos en la cocina pero que se merecen un electrodoméstico de gran rendimiento". En el caso de tostadoras y hervidores, la compañía ha mejorado sus sistemas de calentamiento, "para poder tener las tostadas en escasos segundos y el agua a punto en el menor tiempo", como respuesta ante el poco tiempo que tienen las personas para

desayunar. Además, incide en que "es una innovación que también piensa en el menor consumo eléctrico y que es 'ecofriendly'". Y en cafeteras de filtro, reseña que la marca ha mejorado su sistema de goteo, presentando la tecnología 'Whirltech', "donde se modifica el goteo en línea por un sistema

de aspersión de agua que permite distribuir el agua sobre todo el café molido, aprovechando mejor todo el café que utilizamos y obteniendo un café más uniforme y un sabor más intenso".

Batidoras. Barboza destaca el lanzamiento de dos nuevas batidoras de vaso Russell Hobbs, en las que se ha rediseñado el vaso para obtener



Innovación y diseño con la última tecnología para adaptarse a cada necesidad de planchado. Descubre la última generación de productos de planchado.

MADE IN SPAIN

JET PRESSING SMARTCARE: plancha todo tipo de prendas sin preocuparnos por la temperatura, sin consumibles y bajo mantenimiento.



GARANTÍA
3 AÑOS



GARANTÍA
HASTA
5 AÑOS

VAPORE STIRO POWER 3200: potencia con el máximo deslizamiento.

VAPORE STIRO HEALTHY 3200: Tecnología patentada especial para planchar cualquier tejido con efecto anti-microbiano reforzado.



GARANTÍA
HASTA
5 AÑOS



FOTO: IROBOT

un mejor rendimiento. “Consiste en zonas más y menos elevadas en el dibujo interno para que la preparación evite pegarse en los laterales o en el fondo y circule de forma fluida para permitir un batido o licuado más homogéneo”, detalla.

Robots de cocina. El departamento de Marketing del Grupo De’Longhi, propietario de la marca homónima, Kenwood o Braun, reseña que Kenwood ha lanzado su último robot de cocina conectado, con su propia app gratuita. “Guía paso a paso en la preparación de la receta y envía notificaciones para pasar al siguiente paso de la receta. Y no sólo eso, la app incluye más de 600 recetas para que el usuario encuentre el plato ideal para cada ocasión, teniendo la total seguridad de que el robot y la app le guían desde el inicio hasta el final. Además, dispone de una báscula inteligente conectada con la app vía Bluetooth, que avisa cuando se ha alcanzado el peso concreto de un ingrediente que indica la receta”, detalla la compañía. Y en caso de no disponer de algún ingrediente de la receta, la app incluso sugiere ingredientes alternativos o recalcula las cantidades del resto de ingredientes. Por su parte, el departamento de Producto de Cecotec destaca su robot con 23 funciones y con cuchara.

Ollas eléctricas. Barboza adelanta que en la campaña de otoño-invierno se presentará una nueva olla “que cuenta con las tres técnicas culinarias que actualmente están de moda: cocción lenta, sous vide y temperatura controlada”.

Microondas. LG habla de sus microondas, con los que la compañía está desarrollando el concepto de ‘Microcinando’. “Queremos enseñar a nuestros consumidores cómo es posible realizar recetas fáciles, sanas y muy saludables en nuestro día a día con nuestros microondas, gracias a su tecnología ‘Smart Inverter’, que reduce hasta un 72% la grasa de los platos, manteniendo el sabor y los nutrientes de los alimentos”.

Freidoras. Cecotec habla de las nuevas “freidoras dietéticas, que permiten cocinar con solo una cucharada de aceite”, así como las freidoras convencionales con filtro ‘OilCleaner’, “para mantener el aceite limpio tras cada uso”.

Grills. La responsable de Spectrum Brands comenta que los grills George Foreman han modificado la distribución de sus placas “para aumentar el drenaje de la grasa de los alimentos y disminuir su cantidad al comer”. También incide en la innovación del sistema de bandejas de acumulación de líquidos y grasas “para que los consumidores puedan cocinar de forma limpia”, así como su formato de cerrado, “para que puedan ser almacenados de forma vertical y no ocupen mucho espacio”.

Abatidores. Smeg destaca la innovación que conlleva la llegada al hogar de este tipo de aparatos, que hasta ahora sólo se encontraban en el entorno profesional. “Estos equipos consiguen un proceso de enfriamiento, cocción y congelación, sin necesidad de sacar el producto del aparato en ningún momento”.

PAE DE HOGAR

Aspiradores y equipos de limpieza

Más potencia de succión. La responsable de Candy Hoover destaca el aumento de la potencia y sin pérdida de succión de los aspiradores escoba sin cable, gracias al sistema de separación ‘HSpin-Core+’. Igualmente, el representante de Nilfisk remarca la mejora de las ratios de

eficiencia y del poder de aspiración de sus equipos. Igualmente, Cecotec apunta que sus aspiradores “presentan una elevada potencia de succión y alta autonomía, con un bajo consumo”. Y el General Manager de iRobot Iberia señala que sus nuevos robots aspiradores disponen de “una potencia de succión 40 veces superior en comparación con generaciones anteriores”. Así, explica que “cuando el robot detecta alfombras o moquetas, emplea su tecnología ‘Power Boost’ para aumentar automáticamente la succión y extrae la suciedad y los restos escondidos de entre las fibras”.

Cepillos más eficientes. Prieto habla del desarrollo en sus robots de la tecnología ‘Perfect Edge’, un cepillo especial que incorpora dos cepillos de goma un 30% más anchos que en los modelos precedentes y un cepillo especialmente diseñado para las esquinas. “Cada cepillo de goma cuenta con unos rodamientos que permanecen en contacto constante con los diferentes tipos de superficies, tanto en suelos como en alfombras. Ambos se ajustan y flexionan según sea necesario para recoger y aspirar todo, desde pequeñas partículas, como polvo o suciedad, hasta cabellos y restos de mayor tamaño”, detalla.

Mejoras en la navegación y mapeado. El responsable de iRobot se refiere a la nueva navegación ‘iAdapt 3.0’ con tecnología ‘vSLAM’ y tecnología de mapeado inteligente ‘Imprint Smart Mapping’ que incluyen sus últimos modelos de robot aspirador, “para memorizar la distribución de la casa, lo que permite a los usuarios controlar qué habitaciones se limpian y cuándo”. Igualmente, Kärcher cita los avances en la navegación láser de sus robots.

Vaciado automático. “Los nuevos robots aspiradores incorporan la primera estación de

FOTO: KÄRCHER



vaciado automático 'Clean Base', que, además de ser la estación de carga del robot, almacena los residuos en una bolsa cerrada, atrapando la suciedad y el polvo de forma que no se puede escapar al aire. Cuando la bolsa está llena, el usuario recibe una notificación en la aplicación 'iRobot HOME', y entonces sólo tiene que sacarla de la estación 'Clean Base' y reemplazarla por una nueva", explica Prieto. Cuenta con capacidad para hasta 30 depósitos, por lo que permite que el usuario se olvide del aspirado durante semana, automatizando totalmente esta tarea.

Sistema antialérgenos. Prieto apunta que este nuevo sistema "atrapa y bloquea el polen y los alérgenos del moho, evitando que se escapen del robot o de su estación de carga 'Clean Base'". Además, sus nuevos modelos disponen de filtro de alta eficiencia, "que captura el 99% de los alérgenos del moho, polen y ácaros del polvo". De igual modo, el responsable de Nilfisk se detiene en los avances en los filtros HEPA. "Cada vez conseguimos que estos filtros recojan una mayor cantidad de polvo, evitando así problemas de alergia en los usuarios", afirma la compañía.

Baterías más duraderas. "Las baterías aportan libertad de movimientos y rapidez en la ejecución. En el caso de la limpieza exterior del hogar, permiten llegar a aquellos rincones más alejados de las tomas de corriente y que también necesitan una solución de limpieza y cuidado efectiva", explica Kärcher. Su nueva gama de baterías llega a limpiadoras de alta presión, sopladores y su eliminador de malas hierbas. Además, señala que todas sus baterías y sus productos de limpieza "indican el nivel de batería, tanto en uso como en reposo, lo que permite estimar si es necesario iniciar la tarea con la actual carga o recargar la batería". El responsable de Nilfisk también resalta la autonomía de nuevos aspiradores escoba de 28 V y 36 V, de hasta 70 y 80 minutos, respectivamente. Y Cecotec apunta que en sus robots y modelos inalámbricos "se ha aumentado la duración de la batería, con un tiempo de carga más reducido".

FOTO: NILFISK

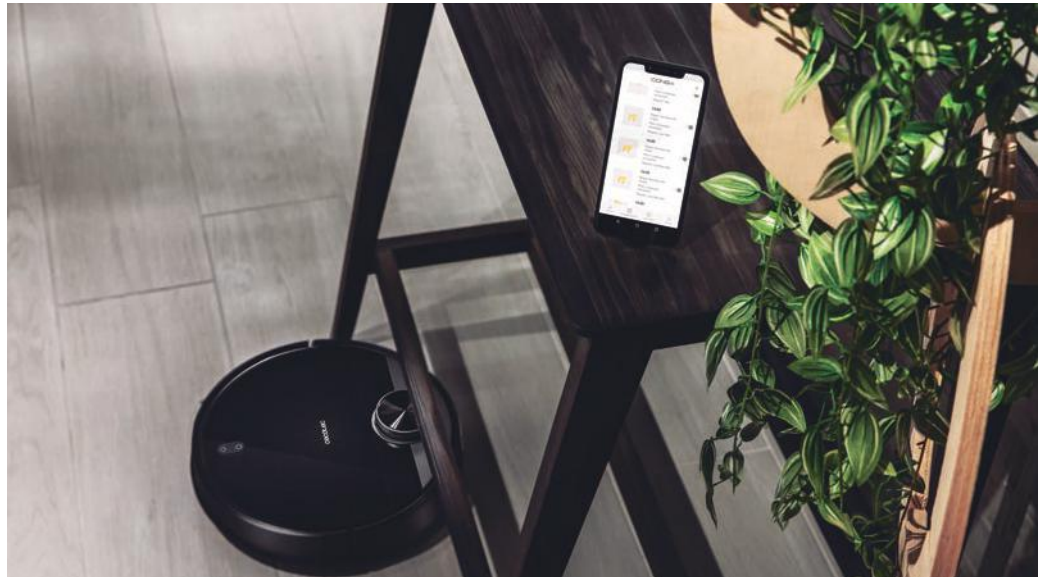


FOTO: CECOTEC

Conectividad. Nazzaro señala que los últimos aspiradores escoba sin cable disponen de conectividad, permitiendo "interactuar con el aparato y verificar su estado, acceder a estadísticas de uso y el nivel de batería, controlar el mantenimiento del filtro, activar el control parental o incluso calcular las calorías quemadas". Asimismo, Cecotec anota que sus nuevos robots "disponen de apps muy avanzadas para poder controlarlos desde el smartphone". Además, pueden conectarse a los asistentes virtuales por voz Amazon Alexa y Google Home "para un control exhaustivo por voz, con el que el usuario puede planificar y realizar un seguimiento de la limpieza de forma muy cómoda". Del mismo modo, Prieto recuerda que sus robots más avanzados pueden programarse mediante la aplicación 'iRobot HOME', "para que empiecen a limpiar a una hora determinada y que los usuarios puedan regresar a casa con los suelos limpios todos los días". Señala

que "otra de las innovaciones de esta nueva generación de robots es la compatibilidad con otros dispositivos habilitados, como Amazon Alexa o el Asistente de Google". "Los usuarios ahora pueden iniciar la limpieza u ordenarle al robot que limpie habitaciones concretas diferenciadas según el nombre asignado mediante comandos de voz", especifica.

También friegasuelos... Están llegando al mercado aparatos que no sólo aspiran, sino que también son capaces de fregar el suelo. Por ejemplo, Álvarez habla de la nueva aspiradora fregadora con cable de Nilfisk, "que aspira y frega a la vez, con 9 metros de cable, obteniendo un alto radio de acción". Por otro lado, fabricantes como iRobot apuestan por mantener ambas tareas por separado, con equipos especializados en la aspiración y el fregado. "Creemos que cada robot tiene que dedicarse a una tarea en específico para cuidar de los suelos con la efectividad y el cuidado que lo haría el propio usuario. La manera en la que aspiramos y en la que fregamos es diferente, ya que son dos procesos diferentes de limpieza que requieren diseños y características diferentes. Al combinar estas funciones, los robots híbridos pueden perder efectividad en términos de succión y rendimiento de limpieza", comenta Prieto. Respecto a sus friegasuelos, destaca que pueden fregar toda la casa o sólo habitaciones específicas, pudiendo personalizar la limpieza según el tipo de suciedad.

...y cortacésped. Kärcher habla de su robot cortacésped, que "se encarga del mantenimiento del jardín, pudiendo lucir un césped impecable incluso en los terrenos de mayor pendiente, hasta 45°".

Coordinación. El responsable de iRobot destaca que la tecnología 'Coordinación Imprint' permite que el robot aspirador y el friegasuelos se "comuniquen y coordinen inteligentemente entre sí, trabajando en una secuencia automática para realizar el trabajo, para proporcionar un nivel más



FOTO: B&B TRENDS (DAGA, DI4, LIFEVIT, UFESA)

profundo de limpieza, aspirando automáticamente primero y fregando después”.

Planchado

De'Longhi resalta el lanzamiento de tres nuevos modelos de centros de planchado Braun, con diseño compacto, tecnología 'Double Steam', “que proporciona un flujo de vapor un 100% más elevado que otras planchas de vapor”, así como una la suela bidireccional 'FreeGlide 3D', inspirado en el diseño de las tablas de snowboard, “que permite planchar en todas direcciones y por encima de cualquier obstáculo”.

Asimismo, Cecotec indica que sus nuevos modelos de planchas y centros de planchado están diseñados con la tecnología '3D Steam System', que “distribuye el calor con la máxima eficiencia”.

Por su parte, el Product Manager de B&B Trends anota que las nuevas planchas y centros de planchado Di4 “incorporan la tecnología 'SmartCare', que permite planchar todo tipo de prendas con una única temperatura, sin tener que preocuparse por cambiar de temperatura o revisar las etiquetas de las prendas, ya que el producto automáticamente incorpora esta función”.

Calefacción y ventilación

Leao reseña los nuevos radiadores Ufesa, “con un elemento calefactor que, además de la emisión de calor tradicional, tiene un diseño que genera un efecto convector, consiguiendo una mayor distribución del calor y rendimiento del aparato”.

Además, pone el acento en la incorporación de conexión WiFi en estos aparatos, “para poder dar al usuario el control del producto no sólo en casa, sino también fuera de ella”. Según explica, esto se traduce en un mayor control y aprovechamiento del producto. “Surgen nuevos escenarios hasta

ahora inexistentes, como controlar la temperatura que tendrá el hogar cuando se llegue a casa o poder apagar el producto en caso de haberlo dejado encendido al irse, por ejemplo”, detalla. Además, esta conectividad permite programar horarios de encendido y apagado de una manera sencilla.

En el ámbito de la ventilación, Cecotec señala que sus nuevos ventiladores “incorporan innovaciones como el 'SmartControl', para un manejo intuitivo por control remoto, oscilación automática de las aspas o funcionamiento ultrasilencioso”, También están llegando modelos con panel de control táctil “para personalizar la configuración”: Además, se puede elegir entre acabado metalizado o en color madera, blanco o negro.

PAE DE BELLEZA Y SALUD

Cuidado del cabello

La responsable de Spectrum Brands se centra en los sensores y termostatos de los secadores, planchas y rizadoros Remington, que ayudan a ajustar la temperatura, con el fin de proteger el cabello, especialmente cuando se trata de cabellos teñidos o con mechas, así como los revestimientos de cerámica de sus rizadoros y planchas, que transfieren microacondicionadores al pelo, gracias al tratamiento con aceite de karité y filtros UV.

Y se detiene especialmente en la plancha 'Curl & Straight Confidence', que innova en cuanto a formato, con sus placas en espiral. “Permite alisar o hacer rizos de forma práctica y sencilla con un solo aparato”, explica.

También vemos avances como la tecnología de vapor en alisadores, planchas con las que es posible alisar el pelo mojado, secadores menos ruidosos, etc.

Afeitadoras y depiladoras

Barboza señala que la principal innovación en los productos Remington consiste en el revestimiento de las láminas de las cuchillas en grafito, “material que no se oxida, no se sobrecalienta durante el uso y que es preciso al corte, evitando tirones, enrojecimientos y mejorando la experiencia de uso”. También destaca la inclusión de las cuchillas 'Lift Logic', “que elevan el vello y lo cortan de raíz”, así como el cabezal antimicrobiano, “que se asegura de mantener a raya la irritación de la piel”.

Por otro lado, no hay que olvidar que las barbas están de moda entre los hombres, por lo que se están lanzando aparatos especialmente pensados para cuidarlas, como afeitadoras con sensor de densidad, que reconoce la densidad de la barba

FOTO: GRUPO DE'LONGHI (DE'LONGHI, BRAUN, KENWOOD)



solac

lo que hacemos, lo hacemos bien

Expertos en cafeteras, el café con crema de cafetería

Con bomba italiana de 20 Bar



SQUISSITA

¡Nueva!
SQUISSITA TOUCH

Del grano a la taza en 40''



¡Nueva!
AUTOMATIC CA4810



www.solac.com

Revistas Profesionales

Información de Calidad

promateriales

de construcción y arquitectura actual

Información de Arquitectura y Materiales de Construcción

- Análisis de Proyectos de Edificación
- Entrevistas a arquitectos
- Reportajes de Materiales de Construcción
- www.promateriales.com —

 Promateriales Arquitectura Actual
www.facebook.com/promateriales.arquitecturaactual

 Promateriales @Arquitectura_PM
www.twitter.com/Arquitectura_PM

 Promateriales (Editorial Protiendas S.L.)
www.linkedin.com



hostelpro

proveedores de hostelería y restauración

Información de Hostelería y Restauración

- Análisis de Proyectos Hoteleros y de Restauración
- Entrevistas a Directores y Responsables de Compras
- Reportajes de Equipamiento Hotelero
- www.revistahostelpro.com —

 Hostelpro @R_hostelpro
www.twitter.com/R_hostelpro

protiendas

la revista para proveedores y tiendas de electrodomésticos, electrónica, imagen y sonido

Información de Electrodomésticos, Imagen y Sonido

- Análisis de Sectores (Gamas Blanca, Marrón y PAE)
- Entrevistas a Fabricantes y Distribuidores
- Reportajes de Distribución de Electrodomésticos
- www.revistaprotiendas.com —

 Protiendas @rprotiendas
www.twitter.com/rprotiendas

 Revista_Protiendas / @revista_protiendas



y las zonas que ya se han afeitado, adaptándose a ello. También destaca el desarrollo de equipos multifunción, que permiten afeitarse el vello de cara y cuerpo, así como perfilar y retocar la barba, gracias a la inclusión de accesorios.

Si hablamos de las depiladoras, las principales innovaciones se localizan en la familia de depiladoras de luz pulsada o láser, centrándose en el aumento de la potencia, el incremento de la vida útil de sus lámparas y el desarrollo de la efectividad sobre las pieles de tonos más oscuros.

Control y cuidado de la salud

La responsable de Marketing de Medisana hace hincapié en “la incorporación de conectividad con bluetooth a la app propia VitaDock+ para control y seguimiento de todos los parámetros vitales de nuestra salud”. Dicha funcionalidad se ha incorporado a tensiómetros, termómetros, pulsioxímetros, básculas, monitores de actividad y glucómetros. “Es una gran ventaja, ya que el usuario no tiene que estar anotando los resultados de las mediciones, sino que éstas se envían de manera automática a la app. Puesto que se pueden almacenar datos de diferentes parámetros de la salud -tensión, pulso, peso, actividad, azúcar en sangre, temperatura, etc.-, el usuario puede ver su evolución a lo largo de los años. Además, puede encontrar factores influyentes entre los diferentes parámetros medidos. Por ejemplo, detectar que cuando hay un aumento de peso también aumenta la tensión y el azúcar en sangre”.

En esa misma línea, Cecotec indica que sus modelos más avanzados de básculas “disponen de conectividad con una app a través del bluetooth y permiten un amplio rango de medición mediante impedancia bioeléctrica, desde los 5 kg hasta los 180 kg, con graduación de 100 gramos”. Pueden mostrar los resultados en kilogramos o libras y

FOTO: SPECTRUM BRANDS



FOTO: MEDISANA

disponen de pantalla LED para facilitar la lectura. También cuentan con la función ‘BabyWight’, “para conocer el peso de los más pequeños con precisión absoluta”. La compañía explica que “estas básculas digitales inteligentes miden de forma precisa 10 parámetros corporales en hasta 8 usuarios distintos: peso, grasa corporal, índice de masa corporal, masa muscular, hueso, edad corporal, agua, grasa visceral, metabolismo basal y evaluación de la condición física”.

En el ámbito del bienestar, Martínez detalla que “se han incorporado nuevos cabezales de masaje a los masajeadores, para conseguir un efecto de relajación y bienestar máximos. En los dispositivos de calor, como almohadillas y mantas eléctricas, se está trabajando actualmente en modelos con batería”, detalla Martínez. Y en aparatos deportivos, la responsable de Medisana indica que la firma ha incorporado “vibración profunda” a sus rodillos de entrenamiento, alcanzando así “mayor efectividad en los tejidos fasciales más profundos”. “El usuario obtiene un mayor efecto del masaje. Es decir, una estimulación y regeneración más intensa de los músculos con un menor esfuerzo”, comenta.

Tratamiento del aire

“Hemos lanzado un revolucionario deshumidificador de gran capacidad, conectado a una app y el primero certificado por Apple HomeKit”, especifica Grupo De’Longhi. El equipo se integra con el resto de los electrodomésticos del hogar, pudiendo crear rutinas automáticas con un solo clic. “Por ejemplo, en el escenario ‘Estoy regresado a casa’, se

encendería el deshumidificador en la habitación, el horno en la cocina y el aire acondicionado en la sala de estar. Y el usuario también puede solicitar información a Siri, como cuál es la humedad de la habitación, por ejemplo”, detalla la compañía. También es posible conectar el deshumidificador a través de WiFi mediante la app ‘AriaDry’, “que permite configurar, programar y monitorizar el funcionamiento del aparato según las preferencias del usuario, pudiendo utilizarse tanto desde el sofá como desde fuera de casa”. Además de estar 100% conectado con el usuario, este aparato cuenta con el certificado Asthma & Allergy friendly, “que lo categoriza como un producto adecuado para personas que sufren de asma y alergias. También es responsable con el medioambiente, porque dispone de un gas refrigerante R290, que es hasta 475 veces más respetuoso con el medioambiente que los gases tradicionales”, añade Grupo De’Longhi.

Y en humidificadores, la responsable de Medisana apunta que “se han incorporado funciones como el precalentamiento del agua para esterilizarla o el mando a distancia, para un uso más cómodo”.

CLIMATIZACIÓN

Eficiencia. El National Sales Manager de Hisense AC, indica que la prioridad de su compañía pasa por “una mejora de eficiencia en todas nuestras líneas de producto”, con equipos desde A++/ A+ a A+++/A++ (frío/calor).

Funciones inteligentes. Gundín habla de la función ‘Smart’ de sus equipos, “para conseguir el menor consumo en función de la demanda del usuario”, así como la función ‘I feel’. “que permite seleccionar la temperatura deseada teniendo en cuenta la temperatura ambiente que detecta el mando a distancia”.

Nuevos gases. La sustitución de los gases refrigerantes tradicionales por el nuevo gas R32

HOGAR CONECTADO E INTELIGENTE

Buena parte de la innovación se orienta hacia la creación de un hogar conectado e inteligente. “En menos de dos años, el 70% de la población estará conectada con más de 50 millones de dispositivos en el mundo, por lo que ofrecer soluciones digitales que se adapten a esta nueva realidad es una prioridad para la compañía”, afirma Cristina Reque (Miele). Su compañía ha desarrollado la app ‘Miele@mobile’, que permite controlar toda la red de electrodomésticos. “Ahora es posible precalentar tu horno cuando estás fuera de casa, elegir una receta en la app y transferir los ajustes óptimos al horno para elaborarla o aumentar la eficiencia energética de los aparatos, gracias a que se pueden gestionar de forma remota, simplemente a través del móvil”, declara.

Asimismo, Susana Reig (Whirlpool) indica que la combinación de la tecnología ‘6th Sense’ con el WiFi integrado en sus equipos está llevando las tareas de la casa al mundo digital. “Los electrodomésticos de esta gama pueden controlarse con la pionera aplicación móvil ‘6th Sense Live’, muy intuitiva y fácil de controlar”. La aplicación permite controlar las funciones de sus electrodomésticos y recibir notificaciones. “Por ejemplo, podemos seleccionar recetas, monitorizar el cocinado y encender o apagar un horno mientras estamos en una terraza con unos amigos o familiares. Y al llegar a casa, estará todo listo. También podemos poner el lavavajillas para tener la vajilla limpia al llegar a casa; programar el ciclo de nuestra lavadora; o encender el aire para encontrarnos la casa a una temperatura perfecta”, explica.

Además, señala que “ya es posible trabajar con asistentes inteligentes como Google Assistant, que nos permiten interactuar con los electrodomésticos a través de la voz. Tomando como ejemplo un horno, podremos iniciar un programa, preguntarle cuánto tiempo le queda para acabar el cocinado o apagar el aparato. Controlar con manos libres es muy útil, sobre todo si estamos ocupados en otra estancia. También puede mejorar y hacer mucho más cómoda la experiencia de personas con movilidad reducida”, detalla. Asimismo, sus electrodomésticos pueden comunicarse entre sí, conectando automáticamente la campana cuando se está usando la encimera o actuando como centro de notificaciones del resto de aparatos.

Chiara Nazzaro (Candy Hoover) considera que “el Internet de las Cosas (IoT, en sus siglas en inglés) es el futuro de los electrodomésticos”. “En nuestro portafolio ofrecemos electrodomésticos conectados para todas las gamas. Podemos encontrar electrodomésticos con NFC, WiFi y bluetooth, lo que proporciona al usuario la posibilidad de interactuar con el electrodoméstico desde el smartphone, descargar los ciclos de lavado que se adapten a sus necesidades, supervisar su estado y efectuar un mantenimiento guiado e incluso hablar con ellos a través de altavoces inteligentes como Google Home, Amazon Alexa o directamente con la lavadora mediante ‘Hoover Direct Voice’, sin dispositivos intermedios”, desgrana.

En esa línea, Borja Cameron (Electrolux) reseña que sus hornos conectados ‘SmartCook&Camera’ ofrecen “control absoluto de la cocción, gracias al Asistente de Google y la cámara que incorpora, con la que se puede vigilar desde cualquier lugar el punto de cocción exacto”.

LG también avanza en esta dirección. Presentó su nuevo concepto de casa conectada durante el InnoFest Europe 2019, donde mostró la conectividad de sus productos y la plataforma ‘ThinQ’, la tecnología de inteligencia artificial integrada en sus productos más innovadores.

Por parte, Beko adelanta que en el último trimestre del año lanzará su tecnología ‘Homewiz Smart Home’, “una aplicación en la que el usuario podrá conectar sus electrodomésticos ‘inteligentes’ con sus dispositivos móviles, permitiéndoles controlarlos y monitorizarlos desde cualquier lugar”. Contará con programas como ‘Wizard’, para la lavadora, “que ayudará al usuario a elegir el programa adecuado para el tipo de ropa que desea lavar”; o ‘Recetas’, para el horno, “en el que la app propondrá diferentes recetas en las que el usuario sólo tendrá que poner los ingredientes en el horno y ‘Homewiz’ se encargará de programar automáticamente tiempo y temperatura del horno”, apunta.

Asimismo, Moisès Castillo (Inoxpan-Pando) resalta que, gracias a la implantación de su sistema ‘Panda-App’, “la conectividad será especialmente fácil para elementos ya tan cotidianos como Google Home o Amazon Alexa, lo que va a generar una interacción sencilla para el control de toda nuestra gama”.

ha sido una de las grandes novedades de los últimos años. “Es fácil de reciclar, con un impacto nulo en la capa de ozono y un 75% menos de impacto en el calentamiento global, lo que ayuda a reducir la huella de carbono del edificio. De hecho, el R32 es un 10% más eficiente que el anterior refrigerante R410. Y también es una alternativa más económica, con una mayor eficiencia y una

reducción del refrigerante usado del 30%, lo que supone un ahorro de costes e importantes beneficios ambientales”, detalla el Product Manager de Panasonic.

Avance de la aerotermia. Los sistemas de bomba de calor por aerotermia, que pueden aunar en un solo aparato aire

acondicionado, calefacción y generación de agua caliente sanitaria, están en pleno crecimiento.

Más silenciosos. El responsable de Hisense destaca la reducción de la sonoridad de los equipos más innovadores, registrando una rumorosidad de apenas 19 dB.

Mejor filtrado. El tratamiento del aire también es un aspecto importante. Gundín reseña el “mejor filtrado de partículas insalubres o alérgicas”.

Reducción en el tamaño. El representante de Hisense resalta la mejora en la estética, “reduciendo su tamaño”.

Conectividad. Los nuevos aparatos disponen de conectividad WiFi, permitiendo obtener información y manejar los equipos de forma remota. Asimismo, Clotet indica que su compañía está incorporando la tecnología IFTTT, para comunicar sus sistemas de bomba de calor aire-agua con la domótica del hogar a través de apps. Y también apuesta por la tecnología de sistemas de asistencia de voz, como Amazon Alexa y Google Home, “que permitirán su control sin necesidad de acceder al control táctil de los equipos”. Igualmente, Gundín indica que Hisense “está desarrollando su conectividad con Amazon Alexa y Google Home”.

ELECTRÓNICA DE CONSUMO

Relojes deportivos

Monitorización total. “Nuestros dispositivos para fitness y outdoor son capaces de controlar de forma continua el latido, registrar todas las fases del sueño, medir el nivel de estrés y hasta saber con qué energía contamos a lo largo del día. Llegan incluso a contar con funciones avanzadas como el control del rendimiento, que incluyen VO2 máximo y estado del entrenamiento, con ajustes para la aclimatación a la altitud gracias al sensor ‘Pulse Ox’, así como carga óptima, tiempo de recuperación y training effects aeróbico y anaeróbico”, desgrana Vanessa Garrido, Directora de Marketing de Garmin Iberia. “El seguimiento continuo a lo largo de las 24 horas del día nos permite ser conscientes

FOTO: GARMIN





FOTO: GIGASET

de nuestro estado en todo momento, así como del rendimiento que podemos llevar a cabo partiendo de datos como el nivel de energía. De igual modo, es posible descargar entrenamientos que ayuden a cumplir con los objetivos marcados de manera personalizada”, añade. Además, incide en que sus relojes cuentan con GPS, Glonass y Galileo, por lo que “es posible obtener datos más precisos y de manera más rápida, lo que se traduce en un mejor seguimiento en entornos más exigentes”.

Seguimiento y seguridad. “Los nuevos dispositivos incorporan funciones de seguimiento y seguridad que incluyen detección de incidencias y asistencia. Ambas envían la ubicación del usuario en tiempo real a los contactos de emergencia”, detalla Garrido. “Aumenta la confianza de los usuarios, al saber que siempre pueden estar en contacto con sus familiares y amigos”, explica. Además, recalca que sus relojes “permiten el seguimiento y envío de mensajes grupales, para que el usuario pueda mantenerse en contacto, algo muy importante en deportes como el ciclismo”.

Multideporte. La responsable de Garmin indica que sus dispositivos “integran prestaciones multideporte, por lo que no se precisa cambiar de wearable cuando se realiza otra actividad. De hecho, ciertos modelos incorporan mapas a todo color, que guían al deportista para que nunca se pierda durante la carrera o el entrenamiento”.

Pago NFC. Garrido reseña que sus relojes ofrecen la posibilidad de pagar directamente a través del reloj gracias a la solución de pago contactless ‘Garmin Pay’. “La capacidad de pagar a través del reloj hace que se pueda comprar una botella de agua cuando salimos a correr”, afirma.

Música. La Directora de Marketing de Garmin remarca que en estos relojes se puede “sincronizar música desde servicios de streaming o almacenar hasta 1.000 canciones, que se disfrutan directamente a través de su conexión inalámbrica bluetooth”. “Llevar la música grabada

directamente en el dispositivo permite que no dependamos del smartphone para escucharla”, añade.

Conectividad. Además de bluetooth, los modelos más avanzados también disponen de conectividad WiFi. La responsable de Garmin indica que la conectividad permite realizar tareas con más facilidad. “Éste es el caso de la recepción de notificaciones inteligentes y alertas sin tener que estar pendientes del smartphone, con tan sólo mirar el reloj. También llevar a cabo actualizaciones de software sin cables de por medio, escuchar música almacenada en el reloj o permitir que nuestros conocidos hagan seguimiento en directo de nuestra actividad y el punto en el que nos encontramos. Además, en caso de incidentes, cuentan con herramientas que facilitan la localización en caso de ser necesario”, comenta.

Personalización. “Accediendo a ‘Garmin Connect IQ’, y a través de descargas gratuitas, es posible cambiar la pantalla,

añadir campos de datos o descargar aplicaciones y widgets. Por otro lado, desde Garmin ofrecemos una amplia gama de pulseras ‘QuickFit’, que constan de un sistema especial que permite cambiar la correa de una forma rápida y sencilla, sin necesidad de ningún tipo de herramienta. En productos concretos, como las pulseras, incluso se han ideado tamaños diferentes para adaptarse a los gustos y necesidades de cada usuario”, detalla Garrido.

Navegación GPS

IFTTT. “Con la función IFTTT se puede sincronizar la ubicación y los detalles de los eventos guardados en la agenda del usuario”, detalla Nuno Gomes de Azevedo, Vicepresidente Global de Ventas al Consumo de TomTom. Además, recuerda que esta función permite “sincronizar el termostato, la puerta del garaje, las luces, los asistentes virtuales, las agendas y los dispositivos inteligentes”. También es posible compartir con amigos, familiares y compañeros de trabajo la ubicación y la estimación de la hora de llegada, “de forma segura y sin necesidad de usar el móvil”.

Planificación de rutas. El responsable de TomTom señala que en los nuevos navegadores se pueden personalizar y compartir las rutas, gracias a los sistemas ‘TomTom Road Trips’ y ‘MyDrive’, “los cuales ayudan a los usuarios a descubrir el camino y planificar rutas, así como a encontrar puntos de interés y zonas pintorescas en el camino”. Explica que “el navegador guarda las rutas automáticamente a medida que son recorridas, de modo que el usuario puede volver a disfrutarlas, personalizarlas y compartirlas con otros conductores y en ‘TomTom Road Trips’”.

Conectividad. “Nuestros navegadores permiten estar conectado sin levantar las manos del volante. Así, es posible realizar llamadas de teléfono en modo manos libres y recibir notificaciones inteligentes y personalizables en la pantalla del navegador. Esto se traduce en poder ver las llamadas entrantes, los mensajes de texto y hasta los recordatorios del calendario sin tener

FOTO: HISENSE





FOTO: TOMTOM

que coger el teléfono”, afirma la responsable de Garmin. “En caso de que estemos conduciendo, nuestro GPS será el encargado de recibir las notificaciones y hacer de manos libres, sin tener que apartar las manos del volante”. En esa misma línea, Gomes de Azevedo anota que los nuevos modelos de TomTom incorporan bluetooth para llamadas y mensajes, Siri y Google Now, control por voz y edificios en 3D. “Al ser compatible con el software de reconocimiento de voz Siri y Google Now, el usuario será capaz de acceder a todas las funciones de su asistente personal con el teléfono guardado con seguridad en el bolso o bolsillo y sin malgastar batería. También se podrá comprobar la última previsión del tiempo, echar un vistazo al calendario, hacer llamadas o buscar información en la web. Todo ello con la atención centrada en la carretera mientras conduce”, especifica.

Además, el responsable de TomTom recalca que su altavoz “se ha diseñado y optimizado para que el usuario disfrute de llamadas manos libres de alta calidad. Y también se puede escuchar el contenido de los mensajes de texto del smartphone con seguridad, sin soltar el volante ni apartar la vista de la carretera. Sólo hay que decir ‘Sí’ cuando el navegador se ofrezca a leerlos en voz alta o a llamar a los contactos que han enviado un mensaje mediante la función de llamadas manos libres”. Y para controlar el navegador con la voz, indica que “los usuarios simplemente deberán decir ‘Hola, TomTom’ para activar el control por voz y definir rápidamente su siguiente destino, buscar una dirección, calcular una ruta alternativa, ajustar el volumen o configurar los ajustes de brillo”.

Mapas y tráfico actualizado. Gomes de Azevedo reseña que sus dispositivos disponen de un mapa de zona geográfica preinstalado y la opción de descargar mapas adicionales de todo el mundo sin coste adicional a través de la conexión WiFi incorporada -sin necesidad de conectar al ordenador-, así como cobertura de radares de tráfico. También ofrecen el servicio ‘TomTom Traffic’ para toda la vida. “La información de tráfico increíblemente precisa permitirá que el navegador planifique de forma inteligente las rutas evitando

el tráfico. Con la tarjeta SIM integrada y las actualizaciones en tiempo real de millones de conductores, será como disponer de una enorme red de amigos que ayudarán a los usuarios a elegir la mejor ruta a seguir”, comenta. Por su parte, Garrido destaca la incorporación de notificaciones de radares de semáforo en rojo y velocidad cercanos o servicios de información en tiempo real sobre aparcamiento.

Alertas de conducción. La responsable de Garmin se centra en este tipo de prestaciones, como los sistemas de aviso de colisión frontal, salida de carril y alertas de conducción para curvas pronunciadas, cambios en los límites de velocidad o pasos a nivel y pasos de animales. Sus navegadores también alertan si se conduce en sentido contrario en una calle de sentido único o si se está cerca de zonas escolares, así como avisos de fatiga que sugieren posibles áreas de descanso tras varias horas de conducción. Además, sus equipos cuentan con cámara frontal, haciendo posible la grabación continua de la conducción y el almacenamiento de archivos con los datos sobre los

impactos. Y para controlar la parte trasera del vehículo, son compatibles con cámaras con las que vigilar cualquier obstáculo o persona que se sitúe en esa zona.

Televisión

El Director Comercial de ErsaxTrade adelanta que su compañía lanzará, antes de que finalice el año, “una nueva gama de televisores y receptores Engel con AndroidTV y Google Assistant, tras haber conseguido la licencia oficial de Google”. “El hecho de integrar AndroidTV oficial en nuestros televisores supone ofrecer al consumidor la posibilidad de tener un hogar conectado. Al incorporar Google Assistant, el usuario puede vincular cualquier dispositivo inteligente del hogar y ejecutar órdenes a través del propio televisor sin necesidad de adquirir equipamiento adicional, como podría ser el propio altavoz de Google Assistant. Esto sucede, asimismo, con los contenidos. Al estar integrados en el propio sistema operativo, no requieren el uso de Google Chromecast para enviarlos al televisor”, precisa Isus.

Por otra parte, poco a poco iremos viendo más televisores con resolución 8K y con inteligencia artificial para el procesamiento de la imagen y el sonido. Y otra innovación que irá llegando será la incorporación de la tecnología HDMI 2.1, aumentando la velocidad de transferencia hasta los 48 Gbps, mejorando la experiencia al ver películas y, sobre todo, al jugar a videojuegos.

Sonido

“Este año seguiremos viendo cómo evoluciona y se consolida la inteligencia artificial”, señala Raúl Centeno, Marketing & New Business Manager de SIT&B Barcelona, distribuidor de la marca Pioneer, entre otras firmas de sonido. Además, indica que todo su catálogo “está enfocado en la conectividad total entre los distintos elementos que conforman los sistemas de audio y entretenimiento”. En el caso del catálogo de productos para el coche, especifica que “el cliente puede confiar en la tecnología desarrollada por Pioneer para mantener su coche conectado 100% con sus dispositivos móviles”. Y

FOTOS: GRUPO DE'LONGHI (DE'LONGHI, BRAUN, KENWOOD)





FOTO: SIT&B (PIONNER)

lo mismo sucede en la familia de hogar. “El cliente puede controlar todos los dispositivos de su hogar desde un solo dispositivo, ofreciendo al usuario una experiencia 100% conectada”. Gracias a esta conectividad, “el usuario obtiene más control; más facilidad de uso; más libertad, gracias al control por voz; y una mayor personalización, gracias a la capacidad de aprendizaje a través del uso de los dispositivos conectados”.

Telefonía fija

El Director General de Gigaset señala que los principales esfuerzos se dirigen a conseguir “sonido excelente en calidad HD -gracias a la tecnología DECT-, posibilidad de establecer conversaciones paralelas para conectarse con familia y amigos, así como acceso a la agenda telefónica y a listas de llamadas del router”. También destaca el desarrollo de productos con “teclado ergonómico, gran tamaño, sonido de alta definición y pantallas que facilitan su visualización”, para que “tanto el público senior como las personas con necesidades especiales puedan utilizar estos modelos de forma sencilla, precisa e intuitiva”.

En la gama de teléfonos de sobremesa para el entorno profesional remarca los avances de la tecnología digital DECT. “Ha conseguido optimizar las comunicaciones de forma eficiente con gran calidad”, detalla. Estos equipos ofrecen multifuncionalidad, acceso a software Android y cuentan conexiones y puertos USB, micro SD, bluetooth, HDMI, LAN, WiFi, RJ-9 y EHS. Y en el caso de los terminales VoIP, Martín destaca que “incorporan ventajas como la flexibilidad y la deslocalización física”. “El sistema VoIP permite integrar datos, vídeo, e-mail y mensajería instantánea, además de contar con un número de teléfono universal que no necesita estar ligado a la localización física”, desgrana.

En cuanto a la telefonía móvil, el mercado va hacia smartphones con una gran pantalla, cámaras fotográficas de calidad -con sistemas de triple

y cuádruple cámara- y ejecución de aplicaciones con rapidez, gracias a procesadores Octa Core y hasta 12 GB de memoria RAM. Además, poco a poco irán llegando a las tiendas los nuevos móviles 5G.

Apoyo a la tienda

Innovar es muy importante. Pero de poco sirve si el consumidor final no llega a conocer estos avances y los beneficios que le reportan. Por ello, es fundamental que las personas que trabajan en las tiendas estén al día, además de ofrecer abundante material informativo a los clientes que visitan el establecimiento.

“Para Miele, es de gran importancia que los consumidores finales conozcan las últimas novedades y propuestas de la compañía. Por eso, contamos con espacios propios y exclusivos dentro de los centros de distribución, provistos de personal altamente cualificado y, en muchos casos, de nuestros propios empleados. Nuestro departamento

de Formación llega en un año a más de 800 distribuidores de toda España, con el objetivo de asegurarnos que nuestra propuesta de valor se transmite de la forma más precisa posible. Por último, contamos con cuatro espacios propios -Miele Experience Centers- en Madrid, Bilbao y Barcelona, donde el consumidor y cliente puede experimentar la marca en primera persona a través de talleres de cocina, asesoramiento personalizado y demostraciones gastronómicas en directo”, detalla Reque.

Reig también destaca la importancia de la formación y de la presencia en tienda. “Es imprescindible que el mensaje, los valores y los esfuerzos de Whirlpool en el ámbito de la innovación lleguen al cliente final. En este sentido, la tienda es un escenario clave. Es el espacio donde el cliente final tiene contacto con nuestros productos y es vital que tenga toda la información a su disposición. Para que sea así, llevamos a cabo diversas acciones como sesiones formativas para vendedores, donde se presentan novedades e incluso se realizan demostraciones de los diferentes productos. También se distribuyen varios materiales informativos y promocionales en los puntos de distribución, para dar visibilidad al producto, así como folletos y catálogos para ampliar información. Además, una forma de acercarnos al cliente final y demostrar in situ la potencialidad de nuestros productos es la realización de los showcookings en tiendas. Que el cliente final vea con sus propios ojos lo que permiten hacer las innovadoras funcionalidades de nuestros electrodomésticos es la mejor manera de presentarle el producto”, explica.

El responsable de Electrolux apunta que el grupo “pone el foco en el consumidor”, por lo que “es fundamental que la información llegue de forma clara y orientada a un beneficio directo, donde tanto la distribución como el cliente final entiendan el valor añadido de las tecnologías”. Explica que “todos los esfuerzos de comunicación giran en torno a este concepto, como las formaciones; los showcookings en directo, donde se ve cómo funciona la tecnología; y las guías de compra en nuestra web o en los materiales de punto de venta”.

FOTO: SPECTRUM BRANDS





FOTO: B&B TRENDS (DAGA, DI4, LIFEVIT, UFESA)

LG Electronics apunta que sus acciones se sustentan sobre tres pilares: formación a vendedores, PLV y vídeos explicativos. “Contamos con un plan de formación a lo largo de todo el año, en el que explicamos todas las novedades tecnológicas de nuestros productos, resolvemos todas las dudas de los vendedores, avanzamos novedades que llegan próximamente, etc. También desarrollamos materiales PLV que nos ayudan a captar la atención del cliente y a transmitir el principal mensaje de la novedad tecnológica que tiene el producto para que cale el beneficio más importante del mismo. Y disponemos de materiales que muestran, de forma más visual, los beneficios de producto y, por tanto, de las nuevas tecnologías que vamos incorporando. Estos materiales se utilizan en el canal online como en el punto de venta”, apunta la empresa.

La Marketing Manager Iberia de Candy Hoover pone el acento en la importancia de tener un contacto directo con los prescriptores. “El valor añadido del canal de venta presencial está centrado en el capital humano. La experiencia de

compra del usuario se ve enriquecida por el conocimiento, experiencia y profesionalidad del vendedor, siendo nuestros representantes en el punto de venta y asegurando la parte más importante del canal: las personas. Teniéndolos siempre presentes, llevamos a cabo un roadshow que recorre las principales ciudades españolas durante todo el año, para estar cerca de los vendedores, cuya vocación y buena acogida hace que nos entreguemos por completo a ellos. Además, nuestro equipo de Trademarketing calendariza sesiones de formaciones con los clientes en sus puntos de venta. Y desde Marketing se desarrolla material PLV y documentos explicativos para transmitir todas las ventajas, prestaciones y posibilidades de nuestros productos”, desgrana.

Igualmente, Cuerda declara que “formación, exposición y demostración de producto” están presentes en la estrategia comercial y de marketing de CNA Group. “Durante el primer semestre del año hemos llevado a cabo varias iniciativas, presentando las novedades de los catálogos de Cata y Edesa en diferentes eventos: jornadas de puertas abiertas con los principales grupos de compras, tiendas de electrodomésticos, estudios de diseño, etc. Contamos con una fuerza de ventas bien formada y periódicamente se realizan formaciones comerciales para clientes, en las que el producto está presente y se puede interactuar con él”, detalla.

Siemens-BSH también se decanta por la formación a la fuerza de ventas y técnico -tanto online como presencial-, además de ofrecer material PLV -catálogos, folletos, expositores, muebles, adhesivos...- y lanzar newsletters y correos electrónicos informativos.

Por su parte, Beko precisa que durante el primer semestre del año suele poner en marcha un ciclo de formación a las plataformas asociadas y a algunos clientes verticales, “en el que explicamos de manera rápida y sencilla el beneficio potencial de cada una de nuestras gamas”. Además, indica que “se acompaña el lanzamiento de las nuevas tecnologías con promociones de sell out, como el regalo de una batidora individual por la compra de frigoríficos con ‘NeoFrost’ o el regalo de detergente para seis meses por la compra de un lavavajillas o una lavadora, acciones que comunicamos en televisión, redes sociales y punto de venta. Así ayudamos a que la distribución no sólo apueste por nuestros electrodomésticos, sino que además de prescribirlos, puedan acelerar su rotación gracias a estas promociones”.

Clotet destaca la labor del Panasonic PRO Club, “un portal para todos los profesionales de la calefacción y la climatización, que contiene una

FOTOS: CANDY HOOVER



FOTO: BSH (SIEMENS)





FOTO: CATA ELECTRODOMÉSTICOS

gran cantidad de información: desde las últimas versiones del software de diseño Aquarea a documentación técnica, catálogos e imágenes de toda la gama de producto; todo de forma muy sencilla e intuitiva". Además, incide en que "los usuarios registrados pueden acceder a noticias sobre promociones especiales y útiles consejos comerciales, tales como ideas y directrices para la decoración de la sala de exposiciones".

Gundín especifica que "Hisense mantiene su compromiso de estar en contacto con la tienda de electrodomésticos, ayudando en la formación de sus empleados, con un servicio de atención telefónica a la tienda, gestores de punto de venta y equipos comerciales que les visitan, formaciones a través de sus plataformas de compra, guías rápidas de producto y, además, PLV y expositores".

La responsable de Spectrum Brands indica que su compañía apuesta por la realización de formación en tienda, además de aportar materiales PLV "a los centros que lo quieran y permitan", con el fin de explicar la tecnología de sus productos. Si las tiendas lo requieren, incluso se ofrecen expositores con videos y folletos. "Y muchas veces utilizamos promotoras en los centros para explicar específicamente la utilización de un producto y sus beneficios a los consumidores", añade.

Kärcher afirma que la compañía hace un esfuerzo en la formación de vendedores y usuarios. "Este año hemos puesto especial énfasis en el material didáctico en el punto de venta, así como en los demostradores en tienda. En el caso de productos innovadores, la didáctica de producto es imprescindible y su imagen debe ser impecable. Por ello, año tras año revisamos todos los materiales didácticos y los adaptamos y mejoramos".

El responsable de Nilfisk también destaca la formación y material de apoyo que aporta su compañía. "Los puntos de venta reciben

constantes formaciones de producto, aparte de contar con un amplio equipo de promotoras de la marca que asesoran a los clientes en todas sus dudas. Nuestros nuevos productos, escobas y aspirador fregadora, además, van acompañados de material PLV, el cual contiene una alta información de cara al usuario final".

Asimismo, la representante de Medisana indica que la compañía se centra "en formar a los vendedores y ofrecer PVL, donde ponemos vídeos demostrativos de las ventajas de estas incorporaciones y también aparatos en exposición para que los clientes los puedan probar y ver su sencillez de uso".

Cecotec especifica que la compañía realiza formación a los vendedores y facilita PLV a la tienda, "para una mejor comunicación del producto en tienda". Además, ofrece demostraciones in situ.

La responsable de Garmin comenta que "aparte de las promociones que llevamos a cabo en momentos destacados a través de nuestras campañas offline y online, contamos siempre con materiales como cartelería, PLV, diseño de espacios adhoc, etc., que permiten a la firma estar presente en tienda como parte de nuestro posicionamiento de marca". También ofrece formación en tienda, "para ofrecer al cliente una atención profesional y personalizada".

El Product Manager de B&B Trends insiste en que la formación es imprescindible. "Es fundamental para diferenciarse. La oferta es muy amplia y un consumidor puede fácilmente perderse entre tantas ventajas que se publicitan de cada producto, pudiendo generar confusión. Esta confusión se puede aclarar en la tienda teniendo formación respecto a las características de producto, así como folletos informativos detallando las mismas".

Igualmente, el Director Comercial de ErsaxTrade incide sus esfuerzos por apoyar este canal. "Impartimos formaciones de marca, de producto, e incluso técnicas, enfocadas a que la tienda pueda ofrecer un servicio integral a sus clientes. Además, tratamos de apoyarlas aportando material de marketing en los puntos de venta con PLV, expositores de producto, merchandising, etc. Asimismo, realizamos acciones digitales de branding para dar a conocer online nuestros productos, de tal forma que el cliente, cuando llega a la tienda, conoce las marcas que comercializan".

FOTO: FRANKE



Finaliza la XII edición del Circuito de Golf Cenor-Camino de Santiago 2019



El 27 de abril de este año daba comienzo la XII edición del Circuito de Golf Cenor-Camino de Santiago, esta edición cuenta con Einsa Sourcing como patrocinador principal. Desde la primera prueba en Montealegre (Ourense) en adelante, la competición ha rotado por los diferentes campos de Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco y Navarra, con el objetivo de que el pasado 28 de Septiembre se disputase la última prueba con los jugadores clasificados.



Mientras los jugadores recogían las acreditaciones, los participantes pudieron disfrutar gracias a la marca Philips, patrocinadora de la final, de un café y una galería fotográfica. Y, al comienzo de la final disfrutaron de una jornada soleada y calurosa, en la que no faltó el pincho a media mañana, cortesía de Alma Atlántica. Una vez terminada la competición, se disputaron las partidas de la tarde donde, en un ambiente mucho más festivo, la música y el vermut Albizabal se coronaban como reyes de la tarde.

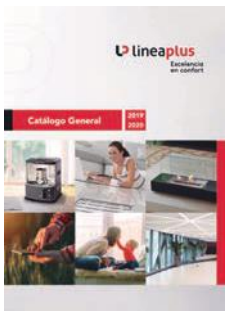
Al terminar el torneo, los jugadores más solidarios participaron en el juego de 'Mejor Approach' a favor de la asociación Amicos. Simultáneamente, en una zona próxima, se celebró el concurso de 'Putting Green'.

La entrega de premios tuvo lugar en el claustro del Hostal De Los Reyes Católicos, en plena Plaza Del Obradoiro. Jugadores, patrocinadores, representantes de Cenor y múltiples amigos se sentaban para escuchar los ganadores. Siendo el momento más emotivo la entrega del cheque con la recaudación obtenida a favor a Amicos (4.493 €).

Linea Plus lanza su nuevo catálogo general 2019-2020



Linea Plus Essegue presenta en el mercado su nuevo catálogo general de Linea Plus, totalmente actualizado con todas las referencias, datos técnicos donde se recoge una completa información sobre cada uno de los productos que conforman su portfolio de oferta, así como sobre todas las novedades que se han ido incorporando a lo largo del año.



El catálogo cuenta con 81 páginas en las que se puede encontrar, nuevas gamas de chimeneas de bioetanol, nuevos emisores y toalleros, nuevos productos de calefacción (nuevos modelos de emisores, toalleros eléctricos y calefactores cerámicos, panel de fibra de cemento, etc.).

Todo ello, apoyado con abundante material gráfico, tanto de productos como de ambientes, el catálogo está organizado por secciones (calefacción, calidad o tratamiento de aire, ventilación y frío).

Entre las novedades más significativas caben destacar unas innovadoras chimeneas de bioetanol, gama Designer, fabricadas con materiales de alta calidad y resistencia; una nueva familia de emisores térmicos, la serie BT que permiten controlarlos a través de bluetooth, y nuevos toalleros eléctricos CT con nuevo mando de mayores prestaciones para la regulación, programación y control de los aparatos.

En el caso de la gama Designer de sobremesa se encuentran: YORK, RIALTO, BILBAO... con distintos diseños modernos y de tamaño compactas fabricadas en acero lacado de gran resistencia que garantiza una larga duración. Y referente a las de pared y encastrables, aparecen los modelos ASSOLO, TREVISIO y VERONA. También tiene calefactores cerámicos, SMD 2000 y SD-2000, con nuevas prestaciones y funciones donde destacan por encima del resto, el calefactor cerámico con sensor de movimiento O_MOTION con su función exclusiva ECO-MOTION.

Los calentadores Hydronext, protagonistas en la nueva campaña de Junkers-Bosch



Innovación para tu vida

Junkers, marca de la división de Bosch Termotecnia perteneciente al Grupo Bosch, ha puesto en marcha una campaña de comunicación para mostrar a los consumidores los beneficios de su gama de Calentadores Hydronext.

Con la innovación como aspecto diferencial de todos los productos Junkers, los calentadores estancos Hydronext de bajas emisiones de NOx se adaptan a las necesidades de cualquier tipo de familia. Incluyen la tecnología de combustión Rich-Lean, lo que permite reducir las emisiones NOx, reduciendo el impacto en el medioambiente.

La gama de calentadores estancos Hydronext cuenta con tres modelos cuyas capacidades cubren todas las necesidades de ACS: Hydronext 5600 S, Hydronext 5700 S, y Hydronext 6700i S. Además, si se necesita substituir un calentador antiguo Junkers, el diseño de esta gama está pensado para que pueda adaptarse a las tradicionales conexiones de agua y gas, lo que facilita enormemente su instalación.



La campaña bajo el concepto 'Agua caliente ilimitada' comenzó en Septiembre en las redes sociales, Facebook y Twitter, y también en radio. En octubre, ha dado comienzo la segunda fase de comunicación enmarcada en el claim 'Diseñados para el futuro', que también se mantiene en redes sociales y que está basada en un vídeo promocional cuyo eje principal gira entorno a hacer la vida más fácil y aumentar el confort en agua caliente en el hogar de la mano de los calentadores Hydronext.

De esta forma, la gran experiencia de Junkers y la capacidad innovadora de Bosch, se han unido para diseñar una gama de calentadores de nueva generación con la intención de hacer de la casa de los consumidores un lugar más confortable.

Electrolux presenta sus soluciones para mejorar la experiencia del consumidor



Grupo Electrolux da a conocer las novedades de sus marcas Electrolux y AEG, entre las que se encuentra la nueva gama de productos conectados, tanto en cocción como en lavado, o novedades con fuertes cambios estéticos, que incluyen las últimas tecnologías, todo para ofrecer una mejor experiencia en el hogar.

Para AEG, además de una placa y un microondas conectados, la experiencia del sabor se eleva a través del horno AEG CookView® conectado. Con tres modos de cocción: calor, vapor y una combinación de ambos, es perfecto para cocinar cualquier alimento y conseguir siempre el mejor resultado y, a través de su innovadora cámara, se puede vigilar los alimentos mientras se cocinan. Con la función Steamify®, el horno establece el nivel exacto de vapor, asegurando unos resultados óptimos e incluye la interfaz PUX-UI (todo touch).

La gama cuenta con los últimos sistemas de asistencia inteligente, con Google Assistant y la aplicación de recetas Innit, que ofrece una amplia gama de recetas fáciles de seguir, que se pueden enviar automáticamente al horno para ajustar la hora y la temperatura. Para el mercado español, estará disponible en INOX antes de final del próximo 2020.

Respecto a la marca Electrolux ha mostrado el horno 900 AutoSense® que, con la cámara CookView, permite controlar el proceso de cocción y ajustar sus opciones para conseguir la máxima precisión, además de permitir jugar con el vapor que, según la temperatura, se ajusta automáticamente.

Este horno conectado, que ya está disponible en el mercado español, permite controlar todo el proceso de cocción.

Un compañero práctico y sencillo

Gigaset

Modelo GL390

Gigaset



Gigaset lanzó su primer smartphone para seniors, el GL390, a principios de Agosto. Este lanzamiento les permite adentrarse en un nuevo mercado, al tiempo que completa la familia Gigaset "Life series" y mejora la movilidad de las personas mayores. Con su nueva tecla de gran tamaño y pantalla claramente legible, este dispositivo compacto es el compañero perfecto para todas las situaciones cotidianas. Además, incorpora un botón SOS naranja que garantiza una rápida asistencia en caso de emergencia y brinda un servicio fundamental para la seguridad.

Este smartphone es especialmente manejable, sencillo de utilizar y presenta un aspecto en titanio plateado que desafía cualquier tendencia. Una pantalla de color de 2.2 pulgadas, una cámara para capturas de imágenes, radio FM, alarma, calculadora y una linterna completan sus prestaciones y satisfacen todas las necesidades de los usuarios más mayores. Al igual que sucede con un teléfono de línea fija, el GL390 es rápido y fácil de cargar. Sólo hay que colocarlo en la estación de carga que viene con el dispositivo. No hay necesidad de buscar un cable para conectarlo al puerto micro USB, algo que puede resultar complicado para las personas mayores.

La memoria interna se puede ampliar en 32GB con una tarjeta microSD, con suficiente capacidad para almacenar numerosas fotografías de la familia y amigos, además de poder disfrutar de incontables horas escuchando música o audiolibros. El teléfono dispone también de una ranura para una tarjeta dual SIM que soporta dos tarjetas SIM al mismo tiempo, una característica llamativa para los no seniors que buscan un dispositivo para la comunicación de voz y, por tanto, no necesitan un smartphone.

Un pelo hidratado durante el secado

Panasonic

Modelos EH-NA65CN, EH-NA65K y EH-NA98

Panasonic



Panasonic lanza por primera vez en España una nueva gama de secadores y lo hace con tres modelos que incorporan la única e innovadora tecnología Nanoe™, que permite mantener el pelo hidratado durante el secado, aportándole un brillo duradero e impecable. En definitiva, la prestigiosa tecnología ofrece un secado perfecto en cualquier ocasión dejando un cabello con un brillo sensacional.

Panasonic apuesta por lanzar esta nueva gama de secadores para dar respuesta a un mercado en auge y aportar productos de calidad y con prestaciones premium. La gama está formada por tres innovadores modelos de calidad: el recién lanzado secador Rosa Oro, el EH-NA65CN, que se ha presentado recientemente en IFA2019; el secador Rosa Fucsia, el EH-NA65K; y el avanzado secador EH-NA98 que incorpora, además de tecnología Nanoe™, la tecnología Doble Mineral, una combinación perfecta para reducir el daño visible del cabello.

En los modelos EH-NA65CN y EH-NA65K la tecnología patentada Nanoe™ de Panasonic asegura un balance óptimo de humedad sin reseca el cabello aportando un secado saludable e impecable que mantiene la superficie de la cutícula del pelo en buenas condiciones para un cabello visiblemente brillante, liso y sin encrespamiento.

Por su parte, el secador EH-NA98 es un modelo avanzado de primera calidad que destaca por la combinación de la tecnología Nanoe™ y la Doble Mineral, que se ha demostrado que es perfecta para pelos que presentan signos visibles de daño como la falta de brillo, la sequedad, la opacidad y las puntas abiertas, retornando al cabello un aspecto hermoso y saludable.

Calentadores estancos bajo NOx

Saunier Duval

Opalia y Opaliatherm



Comprometida con la innovación continua, sostenibilidad y respeto al medioambiente en sus sistemas para el confort doméstico Saunier Duval mejora su oferta en ACS con dos gamas de calentadores a gas estancos que cumplen con los estrictos requerimientos de las últimas normativas europeas. Por un lado, la ErP obliga a que los calentadores que se introduzcan en el mercado nacional tengan bajas emisiones de NOx (<56 mg/kWh) y, por otro, el Reglamento de Instalaciones Térmicas en los Edificios (RITE) prohíbe la instalación de calentadores a gas atmosféricos, ni siquiera en la reposición de aparatos existentes.

En este contexto las gamas Opalia bajo NOx y Opaliatherm bajo NOx se presentan como la mejor respuesta a la hora de sustituir antiguos aparatos atmosféricos y suponen una notable mejora de los aspectos más importantes que realmente cuentan a la hora de hablar de generadores de ACS a gas.

Opalia bajo NOx calienta a gas con cámara de combustión estanca, que elimina el riesgo de intoxicación al garantizar que los humos siempre serán expulsados al exterior de la vivienda, y bajas emisiones de NOx. Una solución de ACS satisfactoria mediante un producto robusto, fiable y funcional que ofrece importantes beneficios tanto para los profesionales de la instalación como para los usuarios finales.

Por su parte, Opaliatherm bajo NOx, está construido en base a un eficiente y duradero quemador estanco bajo NOx de última generación que contamina mucho menos gracias a la reducción de emisiones NOx. Es una solución sobresaliente para quienes buscan en un calentador a gas no sólo un aparato de producción de ACS sino un equipo que cubra sus necesidades con el máximo confort y el mínimo consumo.

Función 'intelligentDry'

Siemens

Lavadora y secadora iQ800

SIEMENS

Siemens presenta sus productos más Premium del mercado, con nuevas prestaciones que hacen el día a día del usuario mucho más fácil. De este modo, llega la nueva gama iQ800 con una nueva lavadora y una nueva secadora inteligentes.

La lavadora iQ800 cuenta con A+++, la máxima eficiencia energética, función antimanchas para las manchas más difíciles y sensor 3D que permite detectar la cantidad de ropa y así evitar la sobrecarga y obtener los mejores resultados. Además, con el programa de lavado 'powerSpeed59' es posible lavar hasta 5 kg de ropa en sólo 59 minutos con resultados excelentes de lavado en la máxima rapidez.

En el caso de la nueva secadora iQ800, ya es posible olvidarse de su mantenimiento hasta en 20 ciclos. Con el sistema de limpieza 'Intelligent Cleaning System', ya no será necesario limpiar el filtro de pelusas tras cada ciclo, sólo habrá que



vaciar el depósito tres o cuatro veces al año. La propia secadora avisará cuando sea necesario. Y gracias a la tecnología 'smartFinish' en sólo 45 minutos se obtendrán resultados con menos arrugas, cuidando las prendas al máximo ya que el tratamiento se aplica siempre en frío.

Ambos productos iQ800 comparten una extraordinaria capacidad de carga, 10 kg la lavadora y 9 kg la secadora, con puerta reversible y una elegante estética exterior que incluye un display TFT totalmente táctil e intuitivo.





El mejor cuidado para las cosechas de vino más selectas

Con la llegada de la temporada de la vendimia, Miele pone en valor su gama de acondicionadores de vino, en los cuales los amantes de este producto podrán almacenarlo bajo las mejores condiciones, para poder disfrutar de él en cualquier momento. Estos electrodomésticos ofrecen el máximo confort y calidad, y, al igual que el resto de máquinas innovadoras de la compañía de origen alemán, se testan para una vida útil equivalente a 20 años.

Comienza la época más esperada del año por viticultores, bodegueros y para todos los apasionados del vino. Nos referimos a la vendimia, un ritual que empieza en Septiembre y acaba en Octubre y que es de gran tradición en nuestro país debido a las abundantes regiones vinícolas que poseemos. En la vendimia tiene lugar la recogida de la cosecha y la elaboración y degustación de los vinos que estarán en las mesas a lo largo de todo el año.

En España contamos con una arraigada cultura del vino por lo que es de gran importancia mantener los caldos en las condiciones de almacenaje óptimas para que no pierdan un ápice de sus propiedades y sabores.

Para los amantes de este producto, Miele, marca líder de electrodomésticos premium, caracterizados por su alta calidad, moderno diseño y avanzada tecnología, cuenta con una amplia gama de acondicionadores que garantizan que el vino llegue a la copa con todas sus cualidades intactas para lograr una experiencia degustativa sorprendente que no dejará indiferente a nadie.



Los acondicionadores de vino de Miele se caracterizan por ofrecer el máximo confort y calidad en diferentes modalidades aptas para todo tipo de gustos y hogares, desde acondicionadores de vino empotrables o de libre instalación hasta empotrables bajo encimera. Y para satisfacer las más altas exigencias, todos estos modelos están también disponibles en versión MasterCool, de gran formato.

Los materiales elegidos para su elaboración cumplen los más altos estándares de calidad e innovación, entre los que destacamos las baldas de cristal templado, materiales sintéticos resistentes a los arañazos, así como los marcos de aluminio macizo. Los acondicionadores de Miele cuentan además con paredes interiores lisas y lacadas en blanco que proporcionan una perfecta iluminación interior además de garantizar una rápida limpieza.

El almacenamiento a largo plazo del vino requiere condiciones especiales en cuanto a la temperatura ambiente en el interior de la bodega, es por ello que los acondicionadores de vino de Miele están dotados de hasta tres zonas de temperatura individualmente regulables, dependiendo del modelo, gracias a las cuales permite almacenar simultáneamente distintas clases de caldos en su interior, desde vinos blancos o tintos hasta champán o cava.

Gracias a su alto diseño y personalización, los acondicionadores permiten una integración perfecta en el diseño de la cocina o la vivienda y, para los más sibaritas, permiten incluir también un Set Sumiller Profesional con el cuál preparar los vinos de alta calidad de forma profesional para su decantación.





MITSUBISHI HEAVY INDUSTRIES

Innovación | Futuro

Soluciones Innovadoras para
construir un **futuro sostenible**



En MHI concentramos nuestros esfuerzos en la búsqueda de la excelencia tecnológica, asumiendo nuevos retos de futuro, porque nuestras metas son ilimitadas y porque sabemos que **los resultados de hoy son el punto de partida para los de mañana.**

Nuestro futuro está puesto en las personas y, pensando en ellas, en sus necesidades del presente y del futuro, avanzamos cada día impulsando el respeto y cuidado de nuestro entorno.

Aeroterminia

Q-ton
Air to Water

Producción de ACS hasta 90°C con refrigerante CO₂. Gracias a nuestro Sistema Q-TON **hemos cambiado el concepto de aporte de ACS en grandes instalaciones centralizadas.**

Sistema

HYDROLUTION

El Sistema Completo de Calefacción, Agua Caliente Sanitaria y Refrigeración con un eficiente ahorro de energía que **reduce las emisiones de dióxido de carbono.**



Climatización

Aire acondicionado y Bomba de calor con el último refrigerante ecológico **R32** y **las máximas clasificaciones energéticas: A+++.**

MOVE THE WORLD FORWARD



AEG

ROJO ES ROJO

NO ES ROSA DESPUÉS DE
TREINTA LAVADOS.



LAVADORA SERIE 9000

Con tecnología SoftWater. Colores como el primer día.

LAVA SIN MIEDO